

**Studienbereich Wirtschaft**

**Modulhandbuch  
Betriebswirtschaftslehre  
Handel**

Stand: 05.09.2019

## Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre (W3BW\_101)

### Principles of Business Administration

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	W3BW_101	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Simone Besemer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	<p>Die Studierenden sind in der Lage, die grundlegenden Zusammenhänge betriebswirtschaftlichen Denkens und Handelns zu verstehen. Darauf aufbauend können sie die wesentlichen rahmengebenden konstitutiven Entscheidungsfelder beschreiben und beispielhaft erläutern und kennen die Teilaufgaben im unternehmerischen Entscheidungszyklus. In gleichem Maße sind die Studierenden in der Lage, die grundlegenden Schritte des wirtschaftlichen Leistungsprozesses einer Unternehmung zu skizzieren.</p> <p>Dies trifft in besonderem Maße auf die marktorientierten Prozesse zu. Die Studierenden können die Grundideen, Aufgaben und Methoden des Marketing darlegen und die Komplexität von Marktprozessen erläutern. Sie sind in der Lage zu erklären, warum Marketing-Prozesse nicht isoliert, sondern eingebettet in den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext zu sehen sind. Die Studierenden haben einen Überblick über die Schritte des Marketingplanungsprozesses gewonnen und kennen verschiedene Marketing-Strategien. Zum Verständnis des Begriffs Marketingplanung aus wissenschaftlicher und praktischer Sicht können sie Stellung nehmen. Zudem haben sie ein erstes Verständnis für das Zusammenwirken der Marketinginstrumente zur Beeinflussung des Konsumentenverhaltens und der Steuerung von Kundenprozessen gewonnen.</p>
<b>Methodenkompetenz</b>	<p>Die Studierenden verfügen auf der Grundlage des entscheidungsorientierten, verhaltenswissenschaftlichen und systemorientierten Denkens über ein grundlegendes Analysemuster, mit dem sie im weiteren Verlaufe ihres Studiums einfache wie komplexe Problemstellungen zielorientiert analysieren und interpretieren können. Die Studierenden können vorgegebene Problemstellungen im Bereich Marketing anhand gegebener Informationen selbstständig analysieren, strukturieren und zu einer Lösung führen.</p>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	<p>Die Studierenden kennen die Zieldimensionen einer Unternehmung und sind mit den divergierenden Ansprüchen unterschiedlicher Interessensgruppen vertraut. Aus der Auseinandersetzung mit alternativen Rationalitätsprinzipien des Wirtschaftens haben sie ein grundlegendes Verständnis für die ökonomische, politische, soziale, ökologische und ethische Perspektive einer Unternehmung entwickelt. Die Studierenden lernen im Rahmen dieses Moduls die Möglichkeiten wie auch die Grenzen der informationellen Beeinflussung von Menschen kennen und haben sich mit den dabei ergebenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfeldern kritisch auseinandergesetzt.</p>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	<p>Die Studierenden kennen die Zielsetzungen der Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft sowie die unterschiedlichen Vorgehensweisen betriebswirtschaftlicher Forschungskonzeptionen. Sie können einfache Problemstellungen im Rahmen des Leistungs- und Führungsprozesses einer Unternehmung unter Verwendung der betriebswirtschaftlichen Fachsprache beschreiben. Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls klar definierte Entscheidungsprobleme mit grundlegenden betriebswirtschaftlichen Methoden selbstständig analysieren und einfache Erklärungsansätze formulieren. Sie haben ein Verständnis für die Marketingorientierung einer Unternehmung und die Anwendung der Instrumente des Marketing-Mix entwickelt. Die Studierenden sind in der Lage, ihr Wissen sowie ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten auf Problemstellungen der Marketingpraxis anzuwenden.</p>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</b>	<b>40,0</b>	<b>60,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Die Unternehmung als ökonomisches und soziales System</li><li>- Wissenschaftstheoretische Grundpositionen der Betriebswirtschaftslehre</li><li>- Modelle und Methoden der Betriebswirtschaftslehre</li><li>- Unternehmensumwelt: Ziele und Entscheidungen</li><li>- Kernfunktionen des Managements: Rechtsformen, Verfügungsrechte und Unternehmensverfassung, Konzentration und Kooperation</li><li>- Standortentscheidungen</li><li>- Dimensionen des Wertschöpfungsprozesses im Überblick</li></ul>		
<b>Marketing</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Grundlagen, Ziele und Aufgaben des Marketing</li><li>- Ansätze und neuere Entwicklungen des Marketing</li><li>- Prozess der Marketingplanung</li><li>- Marketingstrategien</li><li>- Instrumente des Marketing-Mix</li><li>- Marketingorganisation</li><li>- Kundenbedürfnisse erkennen, analysieren und verstehen</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

## Literatur

- Bruhn, M.: Marketing : Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden: Springer - Gabler
- Esch, F.-R./Herrmann, A./Sattler, H.: Marketing. Eine managementorientierte Einführung, München: Vahlen
- Homburg, Chr.: Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer – Gabler
- Jung, H.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München – Wien: Oldenbourg
- Kirsch, J./Müllerschön, B.: Marketing kompakt, Sternenfels: Verl. Wiss. und Praxis
- Meffert, H./Burmam, C./Kirchgeorg, M.: Marketing; Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung; Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden: Gabler
- Thommen, J.-P. u.a.: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, Springer: Wiesbaden
- Vahs, D./Schäfer-Kunz, J.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Wöhe, G./Döring, U./Brösel, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen

## Unternehmensrechnung (W3BW\_102)

### Corporate Accounting

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Unternehmensrechnung	W3BW_102	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Wolfgang Bihler

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der internen Unternehmensrechnung und können Zusammenhänge systematisch analysieren. Ihr Wissen können sie gezielt zur Lösung betrieblicher Aufgabenstellungen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie im Rahmen von Investitions- und Finanzierungsentscheidungen anwenden. Sie sind in der Lage, Bedeutung und Konsequenzen der internen Unternehmensrechnung in betrieblichen Situationen zu bewerten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden beherrschen die wesentlichen Methoden der internen Unternehmensrechnung und können deren Stärken und Schwächen kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, in Entscheidungssituationen adäquate Methoden anzuwenden, die Ergebnisse zu interpretieren und zu beurteilen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Fragen der Kosten- und Leistungsrechnung sowie der Investition und Finanzierung auch im Team zu diskutieren und konstruktive Lösungen zu entwickeln. Eigene Standpunkte werden fundiert begründet, kritisch reflektiert und weiterentwickelt. Ergebnisse können bewertet und adressatenorientiert aufbereitet sowie kommuniziert werden.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind fähig und bereit, Aufgabenstellungen der internen Unternehmensrechnung fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Kosten- und Leistungsrechnung</b>	<b>30,0</b>	<b>45,0</b>
- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung - Vollkostenrechnung: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung/Betriebsergebnisrechnung - Teilkostenrechnung: Grundzüge und entscheidungsorientierte Anwendungen		
<b>Investition und Finanzierung</b>	<b>30,0</b>	<b>45,0</b>
- Grundlagen der Investition und Finanzierung - Betriebliche Investitionsentscheidungen, insbesondere statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung - Finanzierungsalternativen - Finanz- und Liquiditätsplanung		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prof. Dr. Heike Schwadorf (Ravensburg) - Modulverantwortung

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Bieg, H./Kußmaul, H./Waschbusch, G.: Investition. München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./ Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse. Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Drukarczyk, J./Lobe, S.: Finanzierung. München: UKV/Lucius
- Ermschel, U./Möbius, C./Wengert, H.: Investition und Finanzierung. Berlin: Springer
- Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Kostenrechnung: eine entscheidungsorientierte Einführung. München: Vahlen
- Macha, R.: Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung. München: Vahlen
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung. München: Vahlen
- Putnoki, H./Schwadorf, H./Then Bergh, F.: Investition und Finanzierung. München: Vahlen
- Walz, H./Gramlich, D.: Investitions- und Finanzplanung. Frankfurt: Recht und Wirtschaft

## Technik der Finanzbuchführung (W3BW\_103)

### Methods of Financial Accounting

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Technik der Finanzbuchführung	W3BW_103	Deutsch/Englisch	Prof. Stefan Fünfgeld

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die Grundbegriffe der doppelten Buchführung und können diese in das System des Rechnungswesens einordnen. Sie beherrschen die gesetzlichen Grundlagen, kennen die relevanten Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung, können einen Jahresabschluss von den Eröffnungsbuchungen über die laufenden Buchungen bis zu den Abschlussbuchungen erstellen. Sie verstehen die wesentlichen Grundsätze und Begriffe nach HGB (z.B. Anschaffungs-, Herstellungskosten, künftiger Erfüllungsbetrag) und kennen ausgewählte Unterschiede im Vergleich zur steuerlichen Behandlung.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können die wesentlichen Buchungsvorfälle selbständig bearbeiten. Sie kennen die Anforderungen von unternehmensinternen und externen Adressaten und können die Finanzbuchhaltung gesetzeskonform danach ausrichten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können komplexe fachbezogene Themen der Finanzbuchführung gegenüber ihren Gesprächspartnern im Studium und Beruf begründet vertreten und gemeinsam Lösungsvorschläge erarbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Mit Abschluss dieses Moduls sind wichtige Grundlagen für die Rechnungslegung von buchführungspflichtigen Kaufleuten gelegt. Die Studierenden können in der Finanzbuchhaltung grundlegende Sachverhalte erfassen und daraus eine Bilanz und eine Gewinn- und Verlustrechnung gesetzeskonform ableiten. Die Bedeutung und Wichtigkeit der gelernten Grundlagen für darauf aufbauende Inhalte (Bilanzierung, betriebliche Steuerlehre, Konzernrechnungslegung) sind bekannt.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen der Finanzbuchführung</b>	<b>30,0</b>	<b>45,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Begriff, Aufgaben, Ziele, Adressaten, gesetzliche Grundlagen, Kaufmannsarten</li> <li>- System der doppelten Buchführung, Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung</li> <li>- Erfolgsneutrale und erfolgswirksame Geschäftsvorfälle</li> <li>- Kontenrahmen, Umsatzsteuer, Warenverkehr, Privatvorgänge</li> <li>- Weitere ausgewählte laufende Buchungsfälle (z.B. Personalbuchungen, Privatentnahmen, Steuerbuchungen)</li> <li>- Buchungsfälle (von der Eröffnung der Buchführung bis zum Jahresabschluss)</li> </ul>		
<b>Fortgeschrittene Finanzbuchführung</b>	<b>30,0</b>	<b>45,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Weitere Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung</li> <li>- Abschlussvorbereitung, Abschlussbuchungen, zeitliche Abgrenzung</li> <li>- Besonderheiten aus dem Steuerrecht für die laufende Buchführung nach HGB</li> <li>- Grundsätze der Bilanzierung aus Sicht des Finanzbuchhalters</li> <li>- ausgewählte Buchungsfälle, z.B. zum Anlagevermögen (Abschreibungen), Umlaufvermögen (Bewertungsvereinfachung), Forderungen (Abschreibungen, Einzel-, Pauschalwertberichtigungen), Verbindlichkeiten, Rückstellungen, Rechnungsabgrenzung</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 1
- Bornhofen, M./Bornhofen, M. C.: Buchführung 2
- Falterbaum, H./Bolk, W./Reiß, W., u.a.: Buchführung und Bilanz
- Horschitz, H./Groß, W./Fanck, B., u.a.: Bilanzsteuerrecht und Buchführung
- Wöhe, G./Kußmaul, H.: Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik

## Bilanzierung und Besteuerung (W3BW\_104)

### Accounting and Taxation

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Bilanzierung und Besteuerung	W3BW_104	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Wolfgang Bihler

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über grundlegende Kenntnisse der Bilanzierung und Besteuerung. Sie verstehen die zentralen handels- und steuerrechtlichen Vorschriften der Jahresabschlusserstellung. Diese können sie in betrieblichen Fällen anwenden und deren Konsequenzen kritisch bewerten. Wesentliche Unterschiede zur internationalen Rechnungslegung können von den Studierenden identifiziert werden. Sie sind in der Lage, Jahresabschlüsse zu analysieren und zu interpretieren. Sie können Bedeutung und Konsequenzen des Jahresabschlusses als wichtiges Informationsinstrument einschätzen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden verstehen die relevanten Gesetzestexte und können diese selbstständig auf betriebliche Sachverhalte anwenden. Sie beherrschen die wesentlichen Methoden der Jahresabschlusserstellung und der Jahresabschlussanalyse. Steuerberechnungen können selbstständig durchgeführt und hinsichtlich ihrer Entscheidungswirkung analysiert werden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sind sich der Änderungsdynamik im Bereich der Bilanzierung und Besteuerung bewusst. Sie sind in der Lage, sich kontinuierlich aktuelles Wissen anzueignen. Sie können eigene Standpunkte einnehmen, kritisch reflektieren und weiterentwickeln. Sie sind fähig und bereit, Fragen der Bilanzierung und Besteuerung im Team zu diskutieren, Lösungen zu entwickeln und adressatengerecht zu kommunizieren. Sie haben gelernt, dass Verantwortung und Vertrauen im Kontext der Rechnungslegung unabdingbar sind.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind fähig und bereit, Aufgabenstellungen der Bilanzierung und Besteuerung fach- und methodenkompetent sowie teamorientiert und reflektiert zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Bilanzierung und Grundzüge der Jahresabschlussanalyse</b>	<b>33,0</b>	<b>57,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen des Jahresabschlusses</li> <li>- Rechnungslegung nach Handelsrecht (HGB), insbesondere Bilanz</li> <li>- Gewinn- und Verlustrechnung</li> <li>- Möglichkeiten der Jahresabschlusspolitik</li> <li>- Internationale Rechnungslegung (IFRS) im Überblick</li> <li>- Grundzüge der Jahresabschlussanalyse</li> </ul>		
<b>Betriebliche Steuerlehre</b>	<b>22,0</b>	<b>38,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Steuerrechtliche Grundlagen</li> <li>- Steuerarten, insbesondere Einkommensteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer</li> <li>- Einfluss der Besteuerung auf betriebliche Entscheidungen</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Baetge, J./Kirsch, H.-J./Thiele, S.: Bilanzen, Düsseldorf: IDW
- Breithecker, V.: Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Berlin: ESV
- Brönnner, H. u.a.: Die Bilanz nach Handels- und Steuerrecht, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS, München: Vahlen
- Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Küting, P./Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse: Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Kußmaul, H.: Steuern: Einführung in die betriebswirtschaftliche
- Scheffler, W.: Besteuerung von Unternehmen, Heidelberg: C. F. Müller

## Personalwirtschaft, Organisation und Projektmanagement (W3BW\_105)

### Human Resource Management, Organization and Project Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Personalwirtschaft, Organisation und Projektmanagement	W3BW_105	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Uwe Schirmer

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Case Study, Inverted Classroom, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Präsentation	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können die Relevanz personalpolitischer Entscheidungen für das Gesamtunternehmen nachvollziehen und bewerten. Sie haben einen Überblick über sämtliche relevanten personalwirtschaftlichen Prozesse gewonnen, von der Personalplanung bis zur Personalfreisetzung und können auch die Relevanz betrieblicher Mitbestimmung einordnen. Darüber hinaus kennen sie die grundlegenden Theorien und Konzepte der Organisationsgestaltung. Die unterschiedlichen Formen und Modelle der Aufbau- und Ablauforganisation sind ihnen vertraut, was auch die Rahmenbedingungen und Besonderheiten des Projektmanagements einschließt. Auf dieser Basis können sie reale Organisationskonzepte qualifiziert beurteilen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden lernen die Instrumente der betrieblichen Personalarbeit sowie die theoretischen Organisationskonzepte kennen und sind in der Lage, deren jeweilige Relevanz einzuschätzen und auf praktische Anwendungsfälle - bspw. im Rahmen von Projektmanagement - zu übertragen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden lernen Merkmale kennen, welche ein partizipatives, kultursensibles und tolerantes Verhalten auszeichnen. Ebenso haben sie ein tiefergehendes Verständnis für die soziale/ethische Verantwortung der betrieblichen Personalarbeit entwickelt und können hierbei auch die Bedeutung von Betriebsräten einordnen. Daneben haben sie ein Verständnis für die verhaltensgestaltende Kraft organisatorischer Regelungen entwickelt.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind fähig, basierend auf der strategischen Gesamtausrichtung eines Unternehmens die grundsätzlichen Rahmenbedingungen für das Personalmanagement und die Organisation zu erkennen und zu bewerten. Sie haben die Bandbreite der personalwirtschaftlichen Instrumente kennengelernt und können deren Wirkungen nachvollziehen. Die Studierenden erkennen ebenso die Bedeutung der organisatorischen Gestaltung als wesentliches Element im Managementprozess, können den Beitrag organisationspolitischer Entscheidungen für die Unternehmenssteuerung beurteilen und können dies auch auf konkrete Handlungsfelder des Projektmanagements übertragen.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Personalwirtschaft</b>	<b>33,0</b>	<b>57,0</b>
- Ziele und Aufgaben der betrieblichen Personalarbeit - Personalbedarfsplanung - Grundzüge des Personalmarketings - Personalbeschaffung - Betriebliche Entgeltpolitik - Personalentwicklung - Personalfreisetzung - Organisationsmodelle für den HR-Bereich		
<b>Organisation und Projektmanagement</b>	<b>22,0</b>	<b>38,0</b>
- Unternehmen und Organisation - Organisationstheorien - Aufbauorganisation - Ablauforganisation/Prozessmanagement - Gestaltung des organisatorischen Wandels (Organisationsentwicklung) - Projektmanagement (Projektkonzeption, Projektrealisierung, Projektsteuerung)		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Modulverantwortung Prof. Dr. Ernst Deuer (RV)

Voraussetzungen
-

## Literatur

- Bach, N.; Brehm, C.; Buchholz, W.; Petry, T.: Wertschöpfungsorientierte Organisation. Architekturen – Prozesse – Strukturen, Wiesbaden: SpringerGabler
- Berthel, J.; Becker, F. G.: Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Lindner, D.; Lindner-Lohmann, F.; Schirmer, U.: Personalmanagement, Heidelberg: Springer
- Oechsler, W.A. / Paul, C: Personal und Arbeit, München, Wien: Oldenbourg
- Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen
- Schulte-Zurhausen, M.: Organisation, München: Vahlen
- Schreyögg, G. / Geiger, G.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Heidelberg: Springer
- Stock-Homburg, R.: Personalmanagement. Theorien – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: SpringerGabler
- Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

## Integriertes Management (W3BW\_106)

### Integrated Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Integriertes Management	W3BW_106	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Carsten Brehm

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden haben einen Überblick über die verschiedenen Ansätze und/oder Bestandteile der Mitarbeiter- und Unternehmensführung und können diese in ein Gesamtverständnis „integrativ“ einordnen. Sie haben Kenntnisse über die Beziehungen und Abhängigkeiten im Integrierten Management zwischen diesen Ansätzen. Sie haben sich mit den zentralen Einflussgrößen auf den Unternehmens-/Führungserfolg auseinandergesetzt und ein umfassendes Verständnis für eine situative Interpretation des Führens von Unternehmungen entwickelt. Sie können darüber hinaus die einzelnen Ansätze strukturiert darstellen, an Beispielen veranschaulichen und inhaltlich zusammenfassen. In der Würdigung sind sie in der Lage, Ursachen und Erfolgswirkungen zu trennen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Sie sind in der Lage, anhand von Fallstudien und/oder Führungssituationen Führungsherausforderungen mehrdimensional zu analysieren, in ihrer sachlichen oder sozialen Komplexität zu strukturieren und zu verstehen sowie diese selbständig oder in Gruppen zu lösen. Sie kennen dazu die situationsadäquaten, wesentlichen Anwendungsmöglichkeiten und Grenzen der verschiedenen Führungsinstrumente und -methoden der Unternehmens- wie Mitarbeiterführung. Sie können die Relevanz der Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld einschätzen und sie gegebenenfalls daran anpassen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können Verantwortung für ihre eigene Arbeit übernehmen. Bzgl. ihres Handelns sowie dessen Ergebnisse sind sie in der Lage, sachangemessen und nachvollziehbar zu argumentieren. Sie können wertschätzend Kritik an Ergebnissen äußern und annehmen. Im sozialen Umgang bei der gemeinsamen Lösung von Problemen können sie Zielkonflikte transparent machen und kommunikativ, moderierend Lösungsansätze aufzeigen. Bezogen auf mögliches Führungshandeln als Person oder als Institution sind sie zur Reflexion sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen fähig.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden können nach Abschluss aus der integrierten Managementperspektive heraus ihr eigenes Beobachten, Verhalten und Entscheiden kritisch reflektieren und daraus individuell ein angepasstes situationsangemessenes Handeln ableiten. Sie sind in der Lage, alternative Ansätze zu bewerten, kritisch miteinander zu vergleichen und auf ihre praktische Arbeit sowie auf die Situation ihres Ausbildungsunternehmens zu übertragen. Mit Blick auf zukünftige, neue Fragestellungen sind sie in der Lage mit Weitblick und Umsichtigkeit ihre Lösungsmuster anzupassen.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Unternehmensführung</b>	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"><li>- Grundlagen ganzheitlicher Unternehmensführung</li><li>- Unternehmensführungsmodelle (Ebenen, Funktionen)</li><li>- Normative Unternehmensführung</li><li>- Nachhaltige, wertorientierte Unternehmensführung</li><li>- Strategische Unternehmensführung (Planung und Umsetzung) und Geschäftsmodelle</li><li>- Operative Unternehmensführung und Schnittstelle Controlling</li><li>- Ausgewählte Managementsysteme/-instrumente</li><li>- Aktuelle Entwicklungen (z.B. Disruption, Digitalisierung, Vernetzung)</li></ul>		
<b>Mitarbeiterführung</b>	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"><li>- Psychologische Grundlagen</li><li>- Motivation</li><li>- Führungskräfte und -eigenschaften</li><li>- Führungstheorien</li><li>- Führungsstile/-modelle</li><li>- Führungsinstrumente</li><li>- Kommunikation</li><li>- Ethische bzw. soziale Verantwortung einer Führungskraft</li><li>- Aktuelle Entwicklungen/Führungsansätze</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prof. dr. Gerhard Jäger (Lörrach) - Modulverantwortung

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management, Berlin – New York: Campus
- Blessin, B./Wick, A.: Führen und führen lassen: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung, Konstanz: UVK
- Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung – Management & Leadership, München: Vahlen
- Hungenberg, H.: Strategisches Management, Ziele, Prozesse, Verfahren, Wiesbaden: Gabler
- Hungenberg, H./Wulf, T.: Grundlagen der Unternehmensführung, Heidelberg: Springer
- Macharzina, K./Wolf, J.: Unternehmensführung: das internationale Managementwissen; Konzepte, Methoden, Praxis, Wiesbaden: Gabler
- Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management – wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M.E.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel
- Schirmer, U./Woydt, S.: Mitarbeiterführung, Heidelberg: Springer
- Weibler, J.: Personalführung, München: Vahlen
- Wunderer, R.: Führung und Zusammenarbeit. Eine unternehmerische Führungslehre, Köln: Luchterhand

## Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomik (W3BW\_501)

### Principles of Economics and Microeconomics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Mikroökonomik	W3BW_501	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Petra Radke

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, die Grundlagen und die Entwicklung der Volkswirtschaftslehre zu verstehen. Sie können wirtschaftliche Verhalten von Haushalten und Unternehmen sowie die Funktionsweise von Märkten beschreiben. Studierende können erklären, unter welchen Annahmen die Interaktion von Haushalten und Unternehmen zu einem effizienten Marktergebnis führt und welche staatlichen Eingriffe bei Marktversagen zur Effizienzverbesserung beitragen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf grundlegende mikroökonomische Problemstellungen anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Durch einführende wohlfahrtsökonomische Fragestellungen können die Studierenden bereits erste wissenschaftlich fundierte Urteile über Marktversagen ableiten und diese in einen gesellschaftlichen, historischen und ethischen Rahmen einordnen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Fundierte Kenntnisse über die Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen helfen den Studierenden, die Situation in ihren jeweiligen Unternehmen zu verstehen und gegebenenfalls Problemlösungen zu entwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Einführung in die Volkswirtschaftslehre und Grundlagen der Mikroökonomik</b>	<b>30,0</b>	<b>45,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundfragen und -begriffe der Volkswirtschaftslehre</li> <li>- Inhalte, Abgrenzung, Methoden der Volkswirtschaftslehre</li> <li>- Nachfrage, Angebot und Marktgleichgewicht auf einem Gütermarkt</li> <li>- Faktormarkt</li> <li>- Markteffizienz bei vollkommener Konkurrenz</li> <li>- Staatliche Eingriffe in die Preisbildung</li> </ul>		
<b>Fortgeschrittene Mikroökonomik</b>	<b>30,0</b>	<b>45,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Haushaltstheorie</li> <li>- Unternehmenstheorie</li> <li>- Preisbildung in unterschiedlichen Marktformen (Polypol, Monopol, Oligopol, monopolistische Konkurrenz)</li> <li>- Vertiefte Aspekte der Mikroökonomik (z.B. Marktversagen, Verhaltensökonomik, Neue Institutionenökonomik)</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Beck, H.: Behavioral Economics, Heidelberg: Springer-Gabler
- Erlei, M./Leschke, M./Sauerland, D.: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Goolsbee, A./Levitt, S./Syverson, C. : Mikroökonomik, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Natrop, J.: Grundzüge der Angewandten Mikroökonomie, München: Oldenbourg
- Pindyck, R.S./Rubinfeld, D.L.: Mikroökonomie, München: Pearson
- Varian, H.R.: Grundzüge der Mikroökonomik, München: Oldenbourg

## Makroökonomik (W3BW\_502)

### Macroeconomics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Makroökonomik	W3BW_502	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Jan Greitens

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, kurz- und langfristige makroökonomische Entwicklungen der Volkswirtschaft zu beschreiben und anhand von Modellen zu analysieren. Die Studierenden können die Geldentstehung, den Geldwert und die Geldwirkungen anhand verschiedener Konzepte und im Zusammenhang mit dem Finanzsystem darstellen und auf aktuelle Fragen anwenden. Sie kennen wichtige währungstheoretische Zusammenhänge und können währungspolitische Entscheidungen erklären.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden auf grundlegende makroökonomische Problemstellungen anzuwenden. Dabei sind sie in der Lage, die notwendigen Abstraktionen und Vereinfachungen auf die wesentlichen Faktoren durchzuführen und in Kausalketten zu argumentieren.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können die Komplexität von makroökonomischen Zusammenhängen erkennen und die zum Teil widersprüchlichen Erklärungen vergleichen. Dabei verstehen die Studierenden die Abhängigkeit der ökonomischen Erklärungen von historischen und kulturellen Bedingungen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	In diesem Modul lernen die Studierenden die Abhängigkeiten eines Unternehmens von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung kennen. Sie verstehen, wie ein Unternehmen von konjunkturellen Abläufen oder von geldpolitischen Entscheidungen beeinflusst wird und welche Reaktionen auf solche Entwicklungen möglich sind. Die Studierenden können die Möglichkeiten, aber auch die Grenzen und Risiken der Nutzung von Modellen und ihren Annahmen in der Makroökonomie nachzuvollziehen.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen der Makroökonomik</b>	28,0	48,0
<ul style="list-style-type: none"><li>- Wirtschaftskreislauf und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung</li><li>- Grundideen makroökonomischer Paradigmen: keynesianische vs. neoklassische Ansätze</li><li>- Modellbasierte makroökonomische Analyse der geschlossenen Volkswirtschaft (z. B. IS-LM-Modell, AS-AD-Modell, Solow-Modell)</li><li>- Wirtschaftspolitische Implikationen (z. B. Fiskal- und Geldpolitik)</li></ul>		
<b>Geld und Währung</b>	27,0	47,0
<ul style="list-style-type: none"><li>- Monetäre Grundbegriffe, Finanzsystem</li><li>- Geldnachfrage und Geldangebot</li><li>- Grundlagen der Geldpolitik</li><li>- Institutionelle Ausgestaltung der Geldpolitik</li><li>- Inflation und Deflation</li><li>- Aktuelle Themen der Geldpolitik</li><li>- Devisenmarkt</li><li>- Wechselkursatheorien</li><li>- Internationale Währungsordnung</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

## Literatur

- Arnold, L.: Makroökonomik, Mohr Siebeck, Tübingen
- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Blanchard, O./Illing, G.: Makroökonomie, Pearson, München
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK-Verlag, Konstanz
- Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, Vahlen, München
- Mankiw, N. G.: Makroökonomik, Schäffer Poeschel, Stuttgart
- Rose, K., Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Spahn, P.: Geldpolitik, Vahlen, München
- Stiglitz, J. E./Walsh, C. E.: Makroökonomie, Oldenbourg, München

## Wirtschaftspolitik (W3BW\_503)

### Economic Policy

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Wirtschaftspolitik	W3BW_503	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Torsten Bleich

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Seminararbeit (mit Präsentation)	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, volkswirtschaftliche Theorien zu verwenden, um außenwirtschaftliche, wirtschaftspolitische und finanzwissenschaftliche Fragestellungen fundiert zu analysieren und zu bewerten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende haben die Kompetenz erworben, grundlegende mikro- und makroökonomische Analysemethoden auf außenwirtschaftliche, wirtschaftspolitische und finanzwissenschaftliche Fragestellungen anzuwenden. Dabei können sie statistische Auswertungen interpretieren und in den theoretischen und politischen Hintergrund einordnen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden verstehen die Bedeutung von Werturteilen für unterschiedliche wirtschaftspolitische Empfehlungen. Sie können die erlernten theoretischen Konzepte auf aktuelle politische Fragen anwenden und verstehen die Konflikte zwischen ökonomischer Theorie und politischer Praxis.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	In diesem Modul erlernen die Studierenden eine eigene, fundierte und reflektierte Position zu den wirtschaftspolitischen Fragen einzunehmen. Dabei können sie andere begründete Positionen tolerieren und einen konstruktiven Austausch über die unterschiedlichen Annahmen führen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Einführung in die Wirtschaftspolitik und Außenwirtschaft</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
- Einführung in die Wirtschaftspolitik: Ziele, Instrumente, Träger - Reale Außenwirtschaft: Theorie und Politik (z. B. absoluter und komparativer Vorteil, tarifäre und nichttarifäre Handelshemmnisse) - Aktuelle Themen der Außenwirtschaft (z.B. Europäische Integration, Globalisierung, Handelspolitik) - Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Arbeitsmarktpolitik, Sozialpolitik, Wettbewerbspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Allokationspolitik, Umweltpolitik, Finanzpolitik.		
<b>Ausgewählte Themen der Wirtschaftspolitik</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
- Ausgewählte Bereiche der Wirtschaftspolitik, z.B. Stabilisierungspolitik, Arbeitsmarktpolitik, Sozialpolitik, Wettbewerbspolitik, Wachstumspolitik, Verteilungspolitik, Allokationspolitik, Umweltpolitik, Finanzpolitik (soweit nicht in Unit 1 behandelt) - Aktuelle Themen der Wirtschaftspolitik		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Bénassy-Quéré/Coeuré/Jaquet/Pisany-Ferry: Economic Policy
- Blankart, C. B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, Vahlen, München
- Fritsch, M.: Marktversagen und Wirtschaftspolitik, Vahlen, München
- Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK-Verlag, Konstanz
- Krugman, P. R./Obstfeld, M./Melitz, M. J.: Internationale Wirtschaft, Pearson, Hallbergmoos
- Mankiw, N.G./Taylor, M.P.: Economics, Mason (Ohio): Thomson South Western
- Mussel, G./Pätzold, J.: Grundfragen der Wirtschaftspolitik, Vahlen, München
- Rose, K./Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München
- Zimmermann, H./Henke, K./Broer, M.: Finanzwissenschaft, Vahlen, München

## Bürgerliches Recht (W3BW\_504)

### Civil Law

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Bürgerliches Recht	W3BW_504	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Klaus Sakowski

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung erkennen die Studierenden die umfassende Praxisrelevanz des Fachs und verfügen über grundlegendes Faktenwissen im Bürgerlichen Recht. Sie können die wichtigsten BGB-Vorschriften und Zusammenhänge benennen, erklären und auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Auf diese Weise sind sie in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden kennen und verstehen die wichtigsten Methoden zur Auslegung von Vorschriften, insbesondere hinsichtlich unbestimmter Rechtsbegriffe. Sie verstehen die juristische Gutachtenstil-Methode und können diese auf Fallgestaltungen anwenden. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sind bei Gruppenarbeit (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten und können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen zudem über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen des Rechts, BGB Allgemeiner Teil und Schuldrecht Allgemeiner Teil</b>	<b>30,0</b>	<b>45,0</b>
- Überblick über Rechtssystem, Rechtsgebiete, Gerichtsaufbau und juristische Arbeitstechniken - Einführung in das BGB - Rechtssubjekte und Rechtsobjekte, Willenserklärung - Anfechtung - Grundsatz und Grenzen der Vertragsfreiheit - Stellvertretung - Verjährung - Fristen und Termine - Schuldverhältnisse, Schadensersatz, Verschulden, Leistungsstörungen - Allgemeine Geschäftsbedingungen		
<b>Schuldrecht, Sachenrecht und Grundlagen des Prozessrechts</b>	<b>30,0</b>	<b>45,0</b>
- Verbraucherverträge (insbes. Fernabsatz) - Rücktritt - Gesamtschuld - Kaufvertrag - Werkvertrag - Sonstige Vertragstypen in Grundzügen (je nach Studienrichtung, z.B. Mietvertrag, Darlehensvertrag, Dienstvertrag) - Grundzüge der ungerechtfertigten Bereicherung - Unerlaubte Handlungen - Grundzüge des Sachenrechts (Besitz, Eigentum, Sicherungsrechte) - Überblick über das Verfahrens- und Prozessrecht		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.  
Prüfungsdauer bezieht sich auf Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeiner Teil des BGB. München: Vahlen
- Brox, H./Walker, W.-D.: Allgemeines Schuldrecht. München: C. H. Beck
- Brox, H./Walker, W.-D.: Besonderes Schuldrecht. München: C. H. Beck
- Eisenhardt, U: Einführung in das bürgerliche Recht. Stuttgart: Utb, Facultas
- Ens, R./Hümer, M./Knies, J./Scheel, T.: Unternehmensrecht, Bad Wörishofen: Holzmann (daraus Scheel, T.: Zivilrecht)
- Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht. München: Vahlen
- Führich, E./Werdan, I: Wirtschaftsprivatrecht in Fragen und Fällen. München: Vahlen
- Kallwass, W./Asbels, P.: Privatrecht. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Hau, W: Grundkurs BGB. München: Vahlen
- Musielak, H.-J./Voit, W: Grundkurs ZPO. München: Vahlen
- Sakowski, K.: Grundlagen des Bürgerlichen Rechts. Berlin Heidelberg: Springer Gabler
- Wolf, M./Wellenhofer, M.: Sachenrecht. München: Beck

## Wirtschaftsrecht (W3BW\_505)

### Economic Law

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Wirtschaftsrecht	W3BW_505	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Klaus Sakowski

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung verfügen die Studierenden über grundlegendes Faktenwissen und kritisches Verständnis der gelehrt Rechtsmaterien. Sie kennen die wichtigsten Vorschriften und können diese auf ausgewählte praktische Fallgestaltungen anwenden. Sie sind in der Lage, juristische Probleme solcher Fälle zu analysieren, kritisch zu diskutieren und einer vertretbaren Lösung zuzuführen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können Fallgestaltungen analytisch-kritisch sowie methodengestützt bearbeiten. Sie kennen Lehr- und Lernmethoden unter Einsatz digitaler Medien und können diese insbesondere für Zwecke des Selbststudiums erfolgreich nutzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sind bei Gruppenarbeiten (Fallstudie) in der Lage, effektiv in einer Arbeitsgruppe mitzuarbeiten. Sie sind zur Anwendung und Einhaltung eines angemessenen Zeitmanagements bei Prüfungen in der Lage.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zu frühzeitiger Erkennung möglicher Rechtsprobleme bei betrieblichen Gegebenheiten. Sie können diese entweder selbst rechtlich gestalten oder zumindest problemorientiert einem fachkundigen Dritten (z.B. Anwalt, Rechtsabteilung) übermitteln. Sie verfügen über die Fähigkeit zu kritischer Reflexion über vorherrschende Lehrmeinungen und Gerichtsurteile und können darüber mit Fachleuten oder Laien kommunizieren.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Handels- und Gesellschaftsrecht</b>	<b>28,0</b>	<b>48,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Prinzipien und Rechtsquellen des Handelsrechts</li><li>- Kaufmann</li><li>- Handelsregister</li><li>- Firma</li><li>- Vollmachten</li><li>- Hilfspersonen, Handelsvertreter (Überblick)</li><li>- Grundzüge bei Handelsgeschäften (z.B. Formfreiheit)</li><li>- Bedeutung von Handelsbräuchen, Handelskauf</li><li>- Überblick Gesellschaftsformen (national/EU), Typenvermischung</li><li>- Entstehung, laufender Betrieb, Geschäftsführung und Vertretung</li><li>- Vermögensordnung</li><li>- Überblick Kapitalaufbringung und -erhaltung, Haftung, Beendigung</li><li>- Überblick Konzern</li></ul>		
<b>Arbeitsrecht, Grundzüge des Insolvenzrechts</b>	<b>27,0</b>	<b>47,0</b>
<p>(Anm. Insolvenzrecht optional, je nach Studienrichtung)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Grundbegriffe und Rechtsquellen Arbeitsrechts</li><li>- Arbeitnehmerbegriff</li><li>- Anbahnung und Begründung des Arbeitsverhältnisses</li><li>- Pflichten des Arbeitnehmers</li><li>- Pflichten des Arbeitgebers (privat und öffentlich-rechtlich)</li><li>- Ausgewählte Inhalte des Arbeitsverhältnisses (z.B. Umfang, Vergütung, Urlaub, Krankheit, Einsatz von Medien im Arbeitsleben, Beschäftigtendatenschutz)</li><li>- Beendigung des Arbeitsverhältnisses</li><li>- Tarifvertragsrecht</li><li>- Streikrecht</li><li>- Betriebsverfassungsrecht</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>- Regelinsolvenzverfahren</li><li>- Verbraucherinsolvenzverfahren</li><li>- Organe des Insolvenzverfahrens</li><li>- Rechtstellung des Insolvenzverwalters</li><li>- Insolvenzgründe</li><li>- Insolvenzantrag</li><li>- Sicherungsmaßnahmen</li><li>- Wirkungen des eröffneten Verfahrens – Einfluss auf Vertragsverhältnisse</li><li>- Sicherheitenverwertung</li><li>- Gläubigerbenachteiligung</li><li>- Anfechtbare Handlungen und Rechtsfolgen</li><li>- Haftung und Insolvenzdelikte</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Das Modul Recht eignet sich für den Einsatz von Lehr-, Lern- und Prüfungsformen unter Einbeziehung digitaler Medien.

Voraussetzungen
Grundkenntnisse aus Modul Bürgerliches Recht

## Literatur

<ul style="list-style-type: none"><li>- Bitter, G./Heim, S.: Gesellschaftsrecht. München: Vahlen</li><li>- Bork, R.: Einführung in das Insolvenzrecht. Tübingen: Mohr-Siebeck</li><li>- Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M.: Arbeitsrecht. Stuttgart: Kohlhammer</li><li>- Brox, H./Henssler, M.: Handels- und Wertpapierrecht. München: Beck</li><li>- Keller, U.: Insolvenzrecht. München: Vahlen</li><li>- Paulus, C.: Insolvenzrecht. München: Beck</li><li>- Preis, U.: Arbeitsrecht – Individualarbeitsrecht. Köln: Dr. Otto Schmidt</li><li>- Preis, U.: Arbeitsrecht – Kollektivarbeitsrecht. Köln: Dr. Otto Schmidt</li><li>- Sakowski, K.: Arbeitsrecht. Berlin Heidelberg: Springer Gabler</li></ul>
---

## Mathematik und Statistik (W3BW\_601)

### Mathematics and Statistics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Mathematik und Statistik	W3BW_601	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	60	ja
Klausur oder Portfolio	60	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Mit Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über grundlegendes Wissen und kritisches Verständnis der Mathematik und Statistik für ökonomische Fragestellungen. Sie sind in der Lage, die Methoden und Ansätze auf konkrete Analyse-, Planungs- und Entscheidungsprobleme anzuwenden sowie die Ergebnisse zielbezogen zu präsentieren und zu interpretieren.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden haben die Ideen mathematischer Techniken erfasst und die Kompetenz erworben, sie bei ökonomischen Fragestellungen einzusetzen. Sie haben die Statistik als Entscheidungshilfe in der betrieblichen Praxis bzw. als Hilfsmittel bei der empirischen Überprüfung von Hypothesen verstanden und die Fähigkeit erworben, den möglichen Einfluss des Datenentstehungsprozesses, der Datenquellen und der Datenpräsentation auf das Ergebnis zu erläutern sowie vorgegebene Datensätze hinsichtlich gewünschter Informationen selbstständig auszuwerten und zu beurteilen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Mit Abschluss des Moduls wissen die Studierenden, dass die quantitativen Methoden eine Möglichkeit (neben anderen) der Erkenntnisgewinnung darstellen, insbesondere, dass die Realität nicht nur in Zahlen abgebildet werden kann. Sie sind sich des Einflusses der Methoden auf das Ergebnis bewusst und sind damit sensibilisiert für einen verantwortungsvollen Umgang.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten mathematischer und statistischer Methoden bei volks- und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen bekommen und ihre Anwendung durch entsprechende Beispiele geübt. Dadurch sind sie befähigt, diese Methoden selbstständig anzuwenden und die Ergebnisse im Sachzusammenhang zu werten.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Mathematik</b>	<b>30,0</b>	<b>45,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Grundlagen der Mathematik (Zahlenmengen, algebraische Grundstrukturen, Logik)</li><li>- Analysis (wesentliche Elemente der Infinitesimalrechnung für Funktionen mit einer und mehreren unabhängigen Variablen)</li><li>- Finanzmathematik (Folgen und Reihen, Angewandte Finanzmathematik)</li><li>- Lineare Algebra (Gleichungssysteme, Matrizen, Vektoren, Determinanten)</li><li>- Studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz und studentischen Vorkenntnissen.</li></ul>		
<b>Statistik</b>	<b>30,0</b>	<b>45,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Grundlagen (Datenentstehung)</li><li>- Deskriptive Statistik (univariate und multivariate Häufigkeitsverteilungen mit ihren deskriptiven Maßzahlen)</li><li>- Induktive Statistik (insbesondere Wahrscheinlichkeitstheorie)</li><li>- Schließende Statistik (Schätzungen, Testverfahren, wirtschaftsstatistische Anwendungen)</li><li>- studienrichtungsbezogene Erweiterungen nach fachlicher Relevanz und studentischen Vorkenntnissen</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Modul mit zwei Prüfungsleistungen
<ul style="list-style-type: none"><li>- Klausur nach dem ersten Semester</li><li>- Klausur oder Portfolioprfüfung nach dem zweiten Semester</li><li>- Die Prüfungsdauer bezieht sich nur auf die Klausur</li></ul>

Voraussetzungen
-

## Literatur

<ul style="list-style-type: none"><li>- Bamberg, G./Baur, F./Krapp, M.: Statistik, München: Oldenbourg</li><li>- Bley Müller, J./Gehlert, G./Gülicher, H.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, München: Vahlen</li><li>- Bosch, K.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, München: Oldenbourg</li><li>- Bronstein, I./Semendjajev, K. A.: Taschenbuch der Mathematik, Thun/Frankfurt a. M.: Verlag Harri Deutsch</li><li>- Heinrich, G.: Basiswissen Mathematik, Statistik und Operations Research für Wirtschaftswissenschaftler, München: Oldenbourg</li><li>- Holey, T./Wiedemann, A.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Heidelberg: Physica-Verlag</li><li>- Sachs, M.: Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik, München: Hanser</li><li>- Stiefel, J.: Wirtschaftsstatistik, München: Oldenbourg</li><li>- Sydsaeter, K./Hammond, P.: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Hallbergmoos: Pearson Studium</li><li>- Tietze, J.: Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik, Wiesbaden: Springer Spektrum</li><li>- Tietze, J.: Einführung in die Finanzmathematik, Wiesbaden: Springer Spektrum</li></ul>
---

## Bachelorarbeit (W3BW\_901)

### Bachelor Thesis

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Bachelorarbeit	W3BW_901		

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
-	1

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Projekt

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Bachelorarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
360,0	,0	360,0	12

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über breites fachliches Wissen und sind in der Lage, auf Basis des aktuellen Forschungsstandes und ihrer Erkenntnisse aus der Praxis in ihrem Themengebiet praktische und wissenschaftliche hemenstellungen zu identifizieren und zu lösen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden kennen das Spektrum der in ihrer Fachdisziplin zur Verfügung stehenden Methoden und können diese im Kontext der Bearbeitung von praktischen und wissenschaftlichen Problemstellungen kritisch reflektieren und anwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können selbständig und eigenverantwortlich betriebliche Problemstellungen bearbeiten und neue innovative Themenfelder in die praktische Diskussion einbringen. Vor dem Hintergrund einer guten Problemlösung legen sie bei der Bearbeitung besonderes Augenmerk auf die reibungslose Zusammenarbeit mit Kollegen und mit Dritten. In diesem Kontext zeigen sie Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Konfliktfähigkeit.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden können ihr Fachwissen und ihr Methodenverständnis zur Ableitung einer innovativen und aktuellen betrieblichen Problemstellung für ihre Abschlussarbeit einsetzen. Die Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, lösen sie selbstständig unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet innerhalb einer vorgeschriebenen Frist. Hierbei berücksichtigen Sie aktuelle wissenschaftliche und branchenbezogene Quellen sowie die Regeln wissenschaftlichen Arbeitens. Die kritische Reflektion von theoretischen Ansätzen und praktischen Lösungsmustern ist für die Studierenden selbstverständlich. Die Studierenden beherrschen weiterhin die Fachterminologie und sind in der Lage, Begriffe zu operationalisieren, Daten zu erheben, auszuwerten und Ergebnisse zu visualisieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Bachelorarbeit</b>	,0	360,0
Selbstständige Bearbeitung und Lösung einer in der Regel betrieblichen Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet. Schriftliche Aufbereitung der Lösungsansätze in Form einer wissenschaftlichen Arbeit gemäß den allgemeinen Richtlinien und Vorgaben der Prüfungsordnung.		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Aktuelle Spezialliteratur und Online-Quellen zu den gewählten Themenfeldern und Funktionsbereichen.

## Handelsbetriebslehre (W3BW\_HD201)

### Retail Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Handelsbetriebslehre	W3BW_HD201	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralf Oppermann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen spezifischen Fragen der Handelsbetriebslehre darstellen, erläutern und einordnen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können plausible Argumentationen und Schlussfolgerungen ableiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, die vermittelten Inhalte problembezogen und lösungsorientiert anzuwenden. Für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis können sie das angemessene System bzw. Konzept auswählen und anwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster mit denen sie Entscheidungsprobleme zielorientiert bewältigen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Handelsbetriebslehre</b>	<b>60,0</b>	<b>90,0</b>
Grundlagen der Distributionswirtschaft Begrifflich-systematische Grundlagen der Handelsbetriebslehre Handelsfunktionen Handelsinstitutionen Faktoren handelsbetrieblicher Leistungserstellung Distributionssysteme Unternehmensverbindungen Kooperative Modelle im Handel Sonderformen der Distribution Sonderformen der Vermarktung Grundlagen des E-Commerce Ausgewählte Aspekte des Handels-Managements		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

keine

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Barth, H./Hartmann, M./Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, Wiesbaden: Gabler
- Hudetz, K./Kaapke, A.: Lexikon Handelsmanagement, Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag
- Liebmann, H.-P./Zentes, J./Swoboda, B.: Handelsmanagement, München: Vahlen
- Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S.: Der Handel, Stuttgart: Kohlhammer
- Wirtz, B.W.: Electronic Business, Wiesbaden: Gabler

## Supply Chain Management (W3BW\_HD202)

### Supply Chain Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Supply Chain Management	W3BW_HD202	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dietmar W. Polzin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage die u.g. Inhalte eigenständig und umfassend zu erklären und in den betriebswirtschaftlichen Kontext einzuordnen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen sind in der Lage, die in der Veranstaltung behandelten Methoden und Techniken des SCM für betriebliche Anwendungsfälle auszuwählen und anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Absolventen gelingt es nach der Veranstaltung logistische Zielkonflikte und Dissonanzen zu erkennen und erste Reflexionen bezüglich sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen zu begründen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Im Rahmen dieser Grundlagenvermittlung im 1. und 2. Semester des Studiums ist die Entwicklung übergreifender Handlungskompetenz kein Ziel dieses Moduls.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Supply Chain Management</b>	<b>60,0</b>	<b>90,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Supply Chain Management: Grundlagen, Material- und Warenwirtschaft:            Aufgaben und Ziele Logistik, Bedeutung und Stellenwert der Logistik in Industrie, Handel und Dienstleistungswirtschaft, Logistik als Querschnittsfunktion, Mikro- und Makrologistische Systeme, Logistik und SCM: Begriffe, Ziele, Entwicklungsstufen und Einflussfaktoren, Strategien und Instrumente im SCM, besondere Aspekte der Handelslogistik. Einführung in die Beschaffungslogistik, Materialwirtschaft und Warenwirtschaft, Bedarfsermittlung, Grundlagen Beschaffung – Einkauf, Beschaffungsziele, -strategien, -prozesse, wege und -objekte, Beschaffungsmarktforschung und -organisation, IT Unterstützung bei Beschaffungsprozessen, Grundlagen von Warenwirtschaftssystemen im Handel. Einführung Lagerwirtschaft</li> <li>Supply Chain Management: Lagerung und Kommissionierung, Transport und Umschlag:            Grundlagen, Elemente und Funktionen von Lager- und Kommissionier-Systemen, Lagerverwaltung und Lagersteuerung, Lagerstrategien, Standort- und Lagerplanung, Gestaltung von Kommissionssystemen, technologische und organisatorische Entwicklungstendenzen im Lager und Kommissionierung.            Grundlagen, Elemente und Funktionen von Transport- und Umschlagssystemen, innerbetriebliche versus außerbetriebliche Transportsysteme, Transportplanung und -steuerung, Transportmärkte im Überblick, Organisation von Transportketten, technologische und organisatorische Entwicklungstendenzen im Transport. Entsorgungslogistik und Kreislaufwirtschaft im Überblick.</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der aktuellsten Auflage:

- Schulte, Ch.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, München: Vahlen
- Hertel, J./Zentes, J./Schramm-Klein, H.: Supply-Chain-Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel, Heidelberg: Springer
- Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management, München: Vahlen
- Werner, H. : Supply Chain Management – Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Wiesbaden: Gabler
- Ihde, G. B.: Transport, Verkehr, Logistik, München: Vahlen
- Pfohl, H. Ch.: Logistiksysteme - Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Heidelberg: Springer
- Gleißner, H./Femerling, J. Ch.: Logistik – Grundlagen, Übungen Fallbeispiele, Wiesbaden: Gabler
- Corsten, D./Gabriel, Ch.: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen, Heidelberg: Springer

## Spezifische Handelskompetenzen (W3BW\_HD203)

### Competencies Specific to Commerce

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Spezifische Handelskompetenzen	W3BW_HD203	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Portfolio	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Studierende besitzen nach Abschluss dieses Moduls ein fundiertes Faktenwissen über die Handelskompetenzen, die entscheidend für den Markterfolg spezifisch ihres Ausbildungsunternehmens in seiner Wertschöpfungskette und seiner Branche sind. Sie können diese spezifischen Handelskompetenzen beschreiben und systematisch darstellen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss dieses Moduls in der Lage, ihr Faktenwissen spezifischer Handelskompetenzen bei der Bearbeitung weitgehend standardisierter Geschäftsprozesse einzubringen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können nach Abschluss dieses Moduls ihr Faktenwissen spezifischer Handelskompetenzen zur Interaktion und Kooperation mit Personen im nationalen und internationalen beruflichen Umfeld nutzen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Übergreifende Handlungskompetenzen werden in diesem einführenden Modul des ersten Studienjahrs nicht adressiert.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Spezifische Handelskompetenzen</b>	<b>60,0</b>	<b>90,0</b>
Kompetenzen spezifisch für die auszubildenden Handelsunternehmen: - Prozesskompetenz - Strategiekompetenz - Kundenkompetenz - Verkaufskompetenz - Wertschöpfungskompetenz - Beschaffungskompetenz - Finanzierungskompetenz - Controllingkompetenz - Personalkompetenz - Informationskompetenz		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
-

Voraussetzungen
Keine

Literatur
- Barth, K./Hartmann, M./Schröder, H.: Betriebswirtschaftslehre des Handels, Wiesbaden: Springer Gabler

- Meier, A./Stormer, H.: eBusiness & eCommerce – Management der digitalen Wertschöpfungskette, Berlin: Springer Gabler
- Melzer-Ridinger, R./Neumann, A.: Dienstleistung und Produktion, Heidelberg: Physica
- Morasch, K./Bartholomae, F.: Handel und Wettbewerb auf globalen Märkten, Wiesbaden: Springer Gabler
- Rudolph, T.: Modernes Handelsmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Zentes, J./Swoboda, B./Morschett, D. (Hrsg.): Handbuch Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Zentes, J./Morschett, D./Schramm-Klein, H.: Strategic Retail Management, Wiesbaden: Springer Gabler
- ggf. ergänzende Fachliteratur zu spezifischen Handelskompetenzen

## Instrumente des Handelsmarketings (W3BW\_HD204)

### Trade Marketing Instruments

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Instrumente des Handelsmarketings	W3BW_HD204	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Handelsmarketings darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Handelsmarketing formulieren und interdisziplinär anwenden können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Handelsinformationen mit wissenschaftlichen Methoden (z.B. Befragung, Beobachtung, Experiment) zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Instrumente des Handelsmarketings</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Sortimentsanalyse, Sortimentsplanung und -veränderung, Space-Management, Handelsmarkenpolitik, Servicepolitik Ladengestaltung und Warenpräsentation: Entscheidungsbereiche, Abteilungsbildung, Warenplatzierung, Vergabe von Regalflächen, Visual Merchandising Preispolitik: Psychologische Aspekte des Preises, Formen der Preisbildung, Mischkalkulation, Preislagenpolitik, Preisdifferenzierung, Sonderangebotspolitik, Konditionenpolitik Distributionspolitik: Aufbau von Distributionssystemen, Distributionsgrade, Management von Distributionssystemen, Marketing-Logistik, Redistribution Kommunikationspolitik: Werbung, Verkaufsförderung, Persönlicher Verkauf, Public Relations, kommunikationspolitische Sonderformen Standortpolitik: Grundlagen und Ziele von Standortentscheidungen – Standortfaktoren – Standortmodelle – Standortanalyse – Verfahren zur Standortbewertung Category Management: Einordnung des CM in das ECR, Entwicklung, Ziele und Aufgaben, Basisstrategien des CM, empirische Befunde, Implementierungsprobleme, Kennziffern zur Category-Steuerung, Category-Führung		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

keine

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Bormann, I., Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, Herne: NWB-Verlag
- Haller, S.: Handels-Marketing, Ludwigshafen: Kiehl-Verlag
- Müller-Hagedorn, L., Natter, M., Handelsmarketing, Stuttgart: Kohlhammer
- Zentes, J., Swoboda, B., Foscht, Th.: Handelsmanagement, München: Vahlen
- Schneider, W.: Marketingforschung und Käuferverhalten, München: Oldenbourg
- Schröder, H.: Handelsmarketing: Strategien und Instrumente für den stationären Einzelhandel und für Online-Shops, Wiesbaden: Springer

## Quantitative Methoden im Handel (W3BW\_HD205)

### Quantitative Methods in Commerce

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Quantitative Methoden im Handel	W3BW_HD205	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen - aufbauend auf der kritischen Würdigung der begrenzten Zweckeignung der Vollkostenrechnungssysteme für betriebliche Entscheidungen - die methodischen Grundlagen der Verfahren der Teilkostenrechnung verstehen, um darauf aufbauend Preis-, Programm- und Prozessentscheidungen treffen zu können. Sie können quantitative Methoden der Marktforschung und des Operations Research zur Generierung und Analyse der zugrundeliegenden Daten einsetzen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erfahren wie Entscheidungsprozesse methodisch fundiert zu gestalten sind, um die Zielvorstellungen der am Unternehmungsprozess beteiligten Anspruchsgruppen sicherzustellen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Auf der Grundlage der sachkritischen Auseinandersetzung mit den einschlägigen Verfahrenstechniken können deren Möglichkeiten und Grenzen zur Lösung betrieblicher Entscheidungsprobleme und deren Folgewirkungen dezidiert analysiert werden.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Mit der erzielten Methodenkompetenz werden die Studierenden befähigt abzuschätzen, welche Bedeutung Kosteninformationen aus operativer, taktischer und strategischer Unternehmensperspektive beizumessen ist und welche methodischen Grundlagen das Operations Research für die betrieblichen Funktionsbereiche bereitstellen kann.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Quantitative Methoden im Handel	55,0	95,0
- Teilkostenrechnung: Ziele und Aufgaben der entscheidungsorientierten Teilkostenrechnung; Vorstellung alternativer Modelle der Teilkostenrechnung – exemplarische Vertiefungen und neuere Entwicklungen. - Operations Research: Analyse ausgewählter Instrumente des Operations Research – Netzplantechnik, lineare Programmplanung, kombinatorische Optimierung, Simulation. - Quantitative Marktforschung: Grundlagen der quantitativen Marktforschung; multivariate Verfahren, Statistiksoftware (z.B. SPSS)		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
-

<b>Voraussetzungen</b>
-

Literatur
-

Zu verwenden sind die jeweils neuesten Auflagen der Lehrwerke.

- Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden - Eine anwendungsorientierte Einführung, Berlin: Springer
- Coenenberg, A. G./Fischer, T. M./Günther, T. : Kostenrechnung und Kostenanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Domschke, W./Drexl, A.: Einführung in Operations Research, Berlin: SpringerGabler
- Gohout, W.: Operations Research - Einige ausgewählte Gebiete der linearen und nichtlinearen Optimierung, München: Oldenbourg
- Langenbahn, C.-M.: Quantitative Methoden der Wirtschaftswissenschaften, München: Oldenbourg
- Schweitzer, M./Küpper, H.-U./Friedl, G./Hofmann, C./Pedell, B.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München: Vahlen
- Werners, Brigitte: Grundlagen des Operation Research. Berlin: SpringerGabler

## Information und Digitalisierung (W3BW\_HD206)

### Information Systems and Digital Business Transformation

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Information und Digitalisierung	W3BW_HD206	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralph Scheubrein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Studierende besitzen nach Abschluss des Moduls ein umfassendes Faktenwissen über die für den Handel relevanten digitalen Technologien und den darauf aufbauenden Geschäftsmodellen. Sie besitzen einen Überblick über die in diesem Kontext relevanten wissenschaftlichen Grundlagen der Wirtschaftsinformatik sowie angrenzender Wissensdomänen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, digitale Technologien und darauf beruhende Geschäftsmodelle im fachlichen Kontext wissenschaftlich zu bewerten. Sie können auf Grundlage dieser Analysefähigkeit fundierte Entscheidungen im beruflichen Anwendungsfeld treffen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierende haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, die Durchdringung der Berufs- und Privatwelt mit digitalen Technologien hinsichtlich sozialer, gesellschaftlicher und ökologischer Implikationen zu reflektieren und diese Aspekte in Entscheidungsprozesse einzubringen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden zeigen nach Abschluss des Moduls die Handlungskompetenz, ihr Wissen im Bereich digitaler Technologien und darauf beruhender Geschäftsmodelle in berufspraktischen Situationen adäquat einzusetzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Information und Digitalisierung</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Überblick technologischer Grundlagen der Informations- und Kommunikationsinfrastruktur im Handel</li> <li>– Grundlagen Information, Informationssysteme und Informationsmanagement im Handel</li> <li>– Grundlagen innerbetrieblicher und überbetrieblicher Informations- und Kommunikationssysteme im Handel</li> <li>– Grundlagen des E-Commerce wie z.B. E-Procurement, Online-Shops, elektronische Marktplätze, Social Media, elektronische Zahlssysteme und rechtliche Rahmenbedingungen</li> <li>– Management der digitalen Transformation im Handel</li> <li>– ggf. Einführung in ausgewählte Softwarepakete</li> </ul>		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
-

<b>Voraussetzungen</b>
-

Literatur

- Bächle, M./Daurer, S./Kolb, A.: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, München: Oldenbourg
- Becker, J./Winkelmann, A.: Handelscontrolling – Optimale Informationsversorgung mit Kennzahlen, Berlin: Springer Gabler
- Fischer, J. u.a.: Bausteine der Wirtschaftsinformatik, Berlin: Erich Schmidt
- Gläß, R./Leukert, B. (Hrsg.): Handel 4.0 – Die Digitalisierung des Handels, Berlin: Springer Gabler
- Heinemann, G. u.a. (Hrsg.): Digitale Transformation oder digitale Disruption im Handel: Vom Point-of-Sale zum Point-of-Decision im Digital Commerce, Wiesbaden: Springer Gabler
- Hertel, J./Zentes, J./Schramm-Klein, H.: Supply-Chain-Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel, Heidelberg: Springer
- Kollmann, T.: E-Business – Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft, Wiesbaden: Springer Gabler
- Laudon, K. C./Laudon, J. P.: Management Information Systems, Upper Saddle River, NJ: Pearson
- Laudon, K. C./Laudon, J. P./Schoder, D.: Wirtschaftsinformatik, Hallbergmoos: Pearson
- Lingnau, V./Müller-Seitz, G./Roth, S.: Management der digitalen Transformation, München: Vahlen
- Rudolph, T.: Modernes Handelsmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

## Strategisches Handelsmarketing (W3BW\_HD207)

### Strategic Retail and Wholesale Marketing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Strategisches Handelsmarketing	W3BW_HD207	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden des Moduls kennen die strategische Dimension des Handelsmarketing und zugehörige Paradigmen. Sie sind mit typischen Analyse- und Strategieentwicklungstools vertraut. Prozess und Schnittstellen der Strategieentwicklung sind durchdrungen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden des Moduls sind in der Lage, Konzepte und Paradigmen im strategischen Handelsmarketing zu bewerten. Sie können relevante Methoden auswählen und anwenden. Sie können Methoden wie Ergebnisse kritisch bewerten
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Strategisches Handelsmarketing</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Auswahl aus folgenden Themenbereichen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisches Marketing im B2B- und B2C-Handel.</li> <li>• Resource- vs. market-based view; präskriptive vs. emergente Strategie.</li> <li>• Informationsgrundlagen für strategische Entscheidungen.</li> <li>• Relevante Aspekte des Käuferverhaltens.</li> <li>• Instrumente der internen Analyse im Handel: Kostenstrukturanalyse, Ressourcen- und Kompetenzanalyse, Lebenszyklusanalyse, Kundenanalyse, weite Benchmark-Analyse.</li> <li>• Instrumente der externen Analyse im Handel: PEST-Analyse; Stakeholder-Analyse; Wettbewerbsanalyse; Zielgruppenanalyse; Geschäftsfeldabgrenzung bzw. Segmentierung und Targeting; Delphi- und Prognoseverfahren.</li> <li>• Identifizierung von Ansatzpunkten für die Handels-Strategie auf Basis Gap-Analyse, Portfolios, SWOT/TOWS, Szenario; Ansätze zur Ableitung von Strategien auf Basis Ressourcen und auf Basis Markt.</li> <li>• Generische Strategieoptionen im Handelsmarketing: Entwicklungsrichtungen, Basis von Wettbewerbsvorteilen/Marktstimulierung, Art der Marktbearbeitung, Produkt-Markt-Kombination, regionale Geltung/Internationalisierung, Timing, wettbewerbsbezogene Stile, Kanalstrategien und Strategien der (Teil-Vertikalisierung).</li> <li>• Aspekte der strategischen Kontrolle und Frühwarnung/Trendscouting im Handel.</li> <li>• Aspekte der Strategieimplementierung.</li> <li>• Erkenntnisse der Erfolgsfaktorenforschung im Handel.</li> <li>• Besonderheiten des Markt- und Wettbewerbsrechts der Branche.</li> <li>• Besonderheiten des internationalen Handels.</li> <li>• Servicemanagement im Handel.</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Backhaus, K./Schneider, H.: Strategisches Marketing, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Backhaus, K./Voeth, M.: Industriegütermarketing, München: Vahlen
- Becker, J.: Marketing-Konzeption, München: Vahlen
- Lynch, R.: Strategic Management, Harlow et al.: Pearson
- McGoldrick, P.: Retail Marketing, London et al.: McGraw-Hill
- Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S.: Der Handel, Stuttgart: Kohlhammer
- Redler, J.: Die Store Brand, SpringerGabler
- Wilson, R. M. S./Gilligan, C.: Strategic Marketing Management, London/New York: Rotledge

## Handelsmanagement (W3BW\_HD208)

### Retail Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Handelsmanagement	W3BW_HD208	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Planspiel/Simulation, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die in den Inhalten des Moduls genannten Systeme bzw. Konzepte. Sie können diese beschreiben und systematisch darstellen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis das angemessene System bzw. Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	-
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	-

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Handelsmanagement</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen des Handelsmanagements: Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen des Handelsmanagements, Rahmenfaktoren des Handelsmanagements (Arten und Entwicklungen), Strategien im Handel, Management der Supply Chain, Konzentration und Integration im Handel (Ursachen, Formen, Wirkungen), Entwicklung der Betriebs-/Vertriebsformen. Handelsspezifischen Entwicklungstendenzen, Markt- und branchenspezifische Trends</li><li>• Controlling: Ziele, Aufgaben und Organisation des Controllings, Operatives Controlling (u.a. Kennzahlen, Budgetierung, Controlling der Funktionalbereiche), Strategisches Controlling (u.a. Wertorientierte Konzepte, Balanced Scorecard), adressatengerechtes Berichtswesen, Handelsspezifische Controllinginstrumente, Exemplarische Vertiefungen, Trends und Entwicklungen</li><li>• Finanzmanagement: Finanzierungsmöglichkeiten, Kapitalflussrechnung, Cashflowrechnung, Limitplanung und Cash Management, Ausgewählte Instrumente des Finanz- und Risikocontrolling, kapitalmarktorientierte Informationssysteme</li><li>• Recht im Handelsmanagement: Wettbewerbs- und Markenrecht (GWB, UWG, Schutzrechte, Produktverantwortung, handelsrelevante), Arbeitsrecht im Handelsmanagement (Arbeitsvertrag, Arbeitszeugnis, Kündigung (insb. Sonderfälle), Arbeitsgerichtliches Verfahren, Flexibilisierung von Arbeitsformen, Betriebsrat</li><li>• Personalmanagement im Handel: Personalbedarfsermittlung, Personaleinsatz, Personalentwicklung, Entlohnungssysteme und betriebliche Sozialpolitik, Personalverwaltung, Personalinformationssysteme, Personalcontrolling</li></ul> Fallstudien zum Handelsmanagement: aktuelle Einbindung Handel in Gesamtwertschöpfungskette, Anforderungen der Endkunden an Wertschöpfungskette, mögliche Szenarien der Optimierung der Gesamtwertschöpfungskette, derzeitige und zukünftige Aufgaben für den Handel, optimales Management der Handelsfunktion		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

- Liebmann, H.-P./Zentes, J./Swoboda, B.: Handelsmanagement, München: Vahlen
- Rudolph, T.: Modernes Handelsmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Eisele, D./Doyé, T.: Praxisorientierte Personalwirtschaftslehre, Stuttgart: Kohlhammer
- Haller, S.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Wiesbaden: Gabler
- Nordemann, W./Nordemann, J.: Wettbewerbs- und Markenrecht, Baden-Baden: Nomos
- Bramsemann R.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung, Konzepte – Implementierung – Praxisstatements, Wiesbaden: Gabler
- Horváth P.: Controlling, München: Vahlen
- Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A. W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen

## Integrationsseminar zu Branchenthemen (W3BW\_HD209)

### Integrative Perspectives on Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Integrationsseminar zu Branchenthemen	W3BW_HD209	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dietmar W. Polzin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit (mit Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in dogmengeschichtliche oder aktuelle Fragen des Managements von Unternehmungen, in allgemeine oder branchenbezogene Aspekte der Unternehmens- und/oder Mitarbeiterführung, in theoretische und /oder praktische Konzepte der Unternehmensführung.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende üben themenrelevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und zu interpretieren. Die Studierenden erhalten dann im Seminar die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Themen- und problemadäquate Methoden werden ausgewählt und hinsichtlich Praktikabilität und Grenzen eigenständig eingeschätzt.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierenden können sich eigenständig und ausdauernd in eine betriebswirtschaftliche Problematik einarbeiten. Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situation umgehen. Im Seminar zeigen Studierende ein hohes Maß an Teamorientierung und kultursensibles, tolerantes Arbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Fach- und Führungsumfeld vorzubereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Integrationsseminar</b>	50,0	100,0
jeweils aktuelle oder thematische Auswahl		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
-

<b>Voraussetzungen</b>
-

Literatur
Auf die konkrete Thematik bezogene, aktuelle und problemadäquate wissenschaftliche Fachliteratur in angemessenen Umfang.



## Unternehmensplanung und -analyse (W3BW\_HD301)

### Business Planning and Analysis

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Unternehmensplanung und -analyse	W3BW_HD301	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können die wichtigsten Controlling-Instrumente im Kontext der Erfolgs- und Finanzplanung anwenden. Sie erkennen die Zusammenhänge der verschiedenen Analyse-, Planungs- und Kontrollinstrumente und sind in der Lage, den Budgetierungsprozess zu unterstützen und auch zu leiten. Die Studierenden erhalten einen vertieften fachlichen Eindruck in den Gesamtzusammenhang der Planung. Sie können Ziele vorgeben, Unternehmen analysieren und Soll-Ist-Vergleiche durchführen. Aufgrund von Abweichungsanalysen erkennen sie etwaige Planabweichungen und können gegensteuernde Maßnahmen vorschlagen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Dieses Modul ermöglicht den Studierenden, das Management bei der Führung des Unternehmens zu unterstützen. Sie erarbeiten Zielvorgaben und halten diese auch nach. Bei Zielabweichungen sind sie in der Lage, auch schwierige Gesprächssituationen zu meistern und gemeinsam mit den betreffenden Abteilungen gegensteuernde Maßnahmen zu erarbeiten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Durch das Absolvieren dieses Moduls erwerben die Studierenden eine Kompetenz, ihre Aufgaben in den jeweiligen Ausbildungsunternehmen zu verstehen und einzuordnen. Sie können komplexe Planungssachverhalte darstellen und kommunizieren. Sie lernen, kurz-, mittel- und langfristige Ziele zu setzen und diese auf die jeweiligen Handlungsebene zu übertragen, umzusetzen und nachzuhalten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Fähigkeit, die Unternehmensplanung im Gesamtkontext des Unternehmens einzuordnen, die Interdependenzen des Planungsprozesses zu verstehen und auch transparent dazustellen. Sie können Unternehmen analysieren. Das theoretische Planungsgerüst kann in die Praxis transferiert und angewendet werden. Sie sind in der Lage, Planungsprozesse zu moderieren und zu steuern.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Operative Unternehmensplanung</b>	23,0	40,0
<ul style="list-style-type: none"><li>• Erlösplanung (inkl. Break-Even-Analyse, DB-Rechnung, Prioritäten-/Favoritenplanung)</li><li>• Kostenplanung (inkl. Flexible Plankostenrechnung und Abweichungsanalyse, Kostenverursachung),</li><li>• Erfolgsplanung nach Umsatz- und Gesamtkostenverfahren</li><li>• Integriertes Budget, Leistungsbudget mit Betriebsüberleitung</li><li>• Indirekter Finanzplan und Bewegungsbilanz, Planbilanz, Direkter Finanzplan</li><li>• Working Capital Management</li><li>• Planung und Kontrolle mittels Anwendung der mehrstufigen Deckungsbeitragsrechnung, Kostenplanung und -kontrolle (Plankostenrechnung, kurzfristige Erfolgsrechnung)</li></ul>		
<b>Unternehmensanalyse</b>	32,0	55,0
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vertiefung Bilanzanalyse</li><li>• Quantitative Unternehmensanalyse (finanz-/erfolgswirtschaftliche Analysen einschl. Erfolgsspaltung)</li><li>• Cashflow-Analyse, Kapitalflussrechnung</li><li>• Segmentberichterstattung</li><li>• Wertschöpfungsanalyse</li><li>• Wertorientierte Unternehmensanalyse</li></ul> Qualitative Unternehmensanalyse (Anhangsangaben, Lagebericht einschließlich Risikobericht)		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

- Horváth P.: Controlling, München: Vahlen
  - Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel
  - Perridon, L. / Steiner, M. /Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen
  - Deyle, A./Hauser, M.: Controller-Praxis Band I, Wörthsee: Verlag für ControllingWissen
  - Deyle, A./Hauser, M.: Controller-Praxis Band II, Wörthsee: Verlag für ControllingWissen
  - Gräfer, H.: Bilanzanalyse, Herne: nwb
  - Küting, K./Weber, C.: Die Bilanzanalyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Baumüller, J./ Hartmann, A./ Kreuzer, C.: Integrierte Unternehmensplanung: Funktionsweise, Umsetzung und Weiterentwicklung, Wien: Linde

## Daten und Informationen (W3BW\_HD302)

### Data and Informtion

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Daten und Informationen	W3BW_HD302	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, ein Unternehmen hinsichtlich seiner finanz- und erfolgswirtschaftlichen Situation zu beurteilen, indem sie die wichtigsten Kennzahlen erarbeiten und interpretieren. Diese und weitere relevante Zusammenhänge sind in Form von Managementberichten zu verdichten, um zeitnah und verständlich komplexe Zusammenhänge darzustellen. Die Studierenden bereiten die vom Management gewünschten Informationen in geeigneter Form auf, ggf. auch für die verschiedenen anderen Anspruchsgruppen des Unternehmens. Darüber hinaus kennen sie die unterschiedlichen Arten und Strukturen handelspezifischer Informationssysteme sowie deren Nutzungsmöglichkeiten und können diese auch beurteilen Sie kennen deren Funktionalitäten sowohl hinsichtlich operativer Prozesse im Waren-, Personal- und Finanzbereich als auch für Controlling und Führungsentscheidungen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Dieses Modul ermöglicht den Studierenden, das Management bei der Führung des Unternehmens zu unterstützen. Sie erarbeiten Informationsmaterialien und bereiten diese entsprechend auf. Dazu nutzen die Studierenden die verschiedenen Informationsquellen und verdichten komplexe Sachverhalte zu transparenten Aussagen. Die notwendigen Analysen können sie selbständig durchführen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Durch das Absolvieren dieses Moduls erwerben die Studierenden eine Kompetenz, ihre Aufgaben in den jeweiligen Ausbildungsunternehmen zu verstehen und einzuordnen. Sie können komplexe Planungssachverhalte darstellen und kommunizieren. Sie können mit verschiedenen IT-Systemen umgehen und aus diesen entsprechende Informationen generieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die die Fähigkeit, die finanz- und ertragswirtschaftliche Situation eines Unternehmens zu beurteilen und auch Ursachen für deren Entwicklung ableiten.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>IT-Systeme und Datenanalyse</b>	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"><li>• Warenwirtschaftssysteme und Controlling</li><li>• H-Modell, Data Warehouses</li><li>• Management Information Systeme und Management Support Systeme</li><li>• Steuerung operativer Prozesse</li><li>• BI-Grundlagen</li><li>• Informationsgewinnung und Entscheidungsunterstützung anhand exemplarischer Systeme der Praxis</li></ul>		
<b>MIS und Controllingberichte</b>	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ermittlung aussagekräftiger Kennzahlen</li><li>• Entwicklung von Kennzahlensystemen und Treiberbäumen</li><li>• Diagrammtypen und deren Verwendung</li><li>• Schaubilder für unterschiedliche Anwendungen</li><li>• Praktische Diagrammbeispiele analysieren, Tabellen systematisieren, Standardtabellen entwickeln</li><li>• Managementberichte konzipieren</li><li>• Regelwerk für einheitliche Notation erstellen</li><li>• Visualisierung komplexer Sachverhalte mit geeigneten Diagrammen (Information Design)</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage: <ul style="list-style-type: none"><li>• Becker, J./Schütte, R.: Handelsinformationssysteme, Frankfurt: Redline Wirtschaft</li><li>• Ahlert, D./Olbrich, R. (Hrsg.): Integrierte Warenwirtschaftssysteme und Handelscontrolling, Stuttgart: Schäffer-Pöschel</li><li>• Schütte, R./Vering, O./Wiese, J.: Erfolgreiche Geschäftsprozesse, Heidelberg: Springer</li><li>• Klein, A./Gräf, J.: Reporting und Business Intelligence, München: Haufe</li><li>Yau, n./Hesse-Hujber, M.: Einstieg in die Visualisierung. Wie man aus Daten Informationen macht, Weinheim: Wiley-VCH</li></ul>
--

## Finanz- und Risikomanagement (W3BW\_HD303)

### Financial and Risk Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Finanz- und Risikomanagement	W3BW_HD303	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften fachlichen Eindruck in das Finanz- und Risikomanagement. Sie können Auswirkungen von finanzpolitischen Entscheidungen (Mittelbeschaffung und Mittelverwendung) auf den Erfolg und auf die Liquidität der Unternehmung darstellen. Liquiditätsflüsse innerhalb einer Unternehmung können mittels standardisierter Modellen dargestellt werden. Sie kennen die wichtigsten Finanzierungssubstitute (Leasing, Factoring, Forfaitierung etc.) und können diese im Vergleich zu den klassischen Finanzierungsmitteln abgrenzen. Des Weiteren sind die Teilnehmer in der Lage, ein Risikomanagement im Unternehmen zu konzipieren bzw. bestehende Risikomanagement zu überprüfen und weiter zu entwickeln. Sie können relevante Risikofelder ermitteln, Risikoinhalte analysieren und bewerten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Dieses Modul ermöglicht den Studierenden, die Aufgaben und Tragweiten des Finanz- und Risikomanagements im Unternehmen einzuordnen und zu bewerten. Sie verstehen die Bedeutung dieser Aufgaben für die verschiedenen Anspruchsgruppen des Unternehmens. Sie können die Teamleitung für eine Arbeitsgruppe übernehmen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Durch das Absolvieren dieses Moduls erwerben die Studierenden eine Kompetenz, sich aktiv an fachlichen Diskussionen zu beteiligen, ihre Argumente verständlich dazulegen. Durch kritisches Hinterfragen gelingt es ihnen, problemlösungsorientiert Aufgabenstellungen zu bearbeiten und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Der Stellenwert des Finanz- und Risikomanagement als Instrumente der Unternehmensführung wird erkannt. Bei fachlichen Diskussionen können die Studierenden mit konkreten Argumenten ihre Standpunkte vertreten.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Finanzmanagement</b>	30,0	52,0
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kapitalflussrechnung, Budgetierung, Kassenhaltung</li><li>• Liquiditätsplanung, Working Capital-Planung,</li><li>• Finanzinvestitionen, Optimierung der Kapitalstruktur</li><li>• Finanzplanung und zum Finanzcontrolling eines Handelsunternehmens</li><li>• Kreditfinanzierung (Rating etc.), Mezzanine-Finanzierung</li><li>• Gestaltung von Beteiligungsmodellen für Arbeitnehmer</li><li>• Kapitalbedarfsrechnung</li><li>• Fallbeispiele und -studien zur Finanzierung</li></ul>		
<b>Risikomanagement</b>	25,0	43,0
<ul style="list-style-type: none"><li>• Risikomanagement, Risikostrategie, Risikoidentifikation: Relevante Risikofelder und die Durchführung der Risikoidentifikation</li><li>• Risikoanalyse und -bewertung: Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenshöhe</li><li>• Gesamtrisikoposition und Unternehmenswert</li><li>• Risikohandhabung: Ursachen- und wirkungsbezogene Handhabung</li><li>• Risikocontrolling</li><li>• Aktuelle Bedeutung des Risikomanagements für Corporate Governance und Rating</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

- Perridon, L. / Manfred Steiner, M. / Rathgeber, A.W.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen
- Olfert, K./Reichel, C.: Finanzierung, Herne: nwb
- Wöhe, G./Bilstein, J.: Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, München: Vahlen
- Gleißner, W. Meier, G.: Wertorientiertes Risikomanagement für Industrie und Handel, Wiesbaden: Gabler
- Romeike, F. /Finke, R.B.: Erfolgsfaktor Risikomanagement, Wiesbaden: Gabler
- Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagement, Stuttgart: Vahlen

## Internationale Aspekte des Controlling (W3BW\_HD304)

### International Controlling

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Internationale Aspekte des Controlling	W3BW_HD304	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften fachlichen Eindruck in die relevanten internationalen Standards der Rechnungslegung. Sie haben die internationalen Besonderheiten im Vergleich zu den deutschen erarbeitet und können diese aufzeigen. Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen der IFRS und deren Bedeutung für deutsche und internationale Unternehmen. Sie kennen die konzeptionellen Unterschiede zur HGB-Rechnungslegung und sind in der Lage, HGB- und IFRS-Jahresabschlüssen zu analysieren und interpretieren. Des Weiteren sind die Teilnehmer in der Lage, Risiken der internationalen Unternehmenstätigkeit zu analysieren und erläutern. Sie kennen die wichtigsten Absicherungsmöglichkeiten der Außenhandelsfinanzierung kennen und wissen um mögliche Informationsquellen, die Hinweise auf Länder- und Währungsrisiken geben und bei der Entscheidungsfindung unterstützen können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Dieses Modul ermöglicht den Studierenden, ein Unternehmen im internationalen Kontext einzuordnen. Sie verstehen die Besonderheiten und die Probleme der unterschiedlichen nationalen Besonderheiten und entwickeln Strategien, unterschiedliche Sichtweisen einer gemeinsamen Lösung zu zuführen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Durch das Absolvieren dieses Moduls erwerben die Studierenden eine Kompetenz, sich aktiv an fachlichen Diskussionen zu beteiligen, ihre Argumente verständlich dazulegen. Durch kritisches Hinterfragen gelingt es ihnen, problemlösungsorientiert Aufgabenstellungen zu bearbeiten und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Der Stellenwert und die Auswirkungen der internationalen Rechnungslegung wird erkannt. Bei fachlichen Diskussionen können die Studierenden mit Argumenten die jeweiligen Standpunkte aufzeigen und abwägen. Es gelingt den Studierenden auch, die verschiedenen landesspezifischen Sichtweise zu verstehen und eine Verständigung bei konträren Vorgehensweisen zu erwirken.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Internationale Finanzrisiken</b>	20,0	40,0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Abwicklung des Außenhandels</li> <li>• Risikopolitische Instrumente der Absicherung des Außenhandels, z.B. Akkreditiv</li> <li>• Internationale Finanzierungsinstrumente</li> <li>• Absicherung von Wechselkursrisiken mit Hilfe von Finanzderivaten</li> </ul>		
<b>Internationale Rechnungslegung</b>	30,0	60,0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wesentliche internationale Standards (IFRS, US-GAAP, SOA)</li> <li>• Vergleich zu deutschen Bestimmungen – Rechnungslegungspflichten international tätiger Unternehmen</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

Finanzbuchführung, Unternehmensrechnung

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

- Grünberger, D.: IFRS 2016: Ein systematischer Praxis-Leitfaden, Herne: nwb
- Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland (Hrsg.): International Financial Reporting Standards IFRS
- Füllbier, R. U. u.a.: Internationale Rechnungslegung: "IFRS 1 bis 13, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Stocker, K.: Management Internationaler Finanz- und Währungsrisiken, Wiesbaden: Springer

## Digital Marketing (W3BW\_HD305)

### Digital Marketing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Digital Marketing	W3BW_HD305	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls sind in der Lage, Auswirkungen der Digitalisierung auf das Marketing zu durchdringen und zu diskutieren. Sie kennen Auswirkungen auf Marketingstrategien. Sie sind mit zentralen Instrumenten des Digitalen Marketings vertraut und können diese mit klassischen Instrumenten des Marketings zu einem integrierten Konzept verzahnen. Besonderheiten der Kontrolle sind bekannt.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls sind in der Lage, Konzepte und Paradigmen im Digitalen Marketing zu bewerten. Sie können relevante Methoden auswählen und anwenden. Sie können Methoden wie Ergebnisse kritisch bewerten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Foundations of Digital Marketing</b>	<b>36,0</b>	<b>62,0</b>
Marketingstrategie und -kontrolle im Zeitalter der Digitalisierung. Suchmaschinenmarketing und Online-Werbung, Website-, Email- und Content-Marketing, Grundlagen des Social Media Marketing, Besonderheiten des Mobile Marketing. Onlinemedien und Digital Touchpoints, Besonderheiten der Mediaplanung. Digital Analytics.		
<b>Digital Marketing Applications</b>	<b>19,0</b>	<b>33,0</b>
Erlebnismarketing in der digitalen Welt. E-Branding und Cross-Media-Konzepte. E-Media-Relations. Kampagnenmanagement und Cross-Media-Konzepte. Schwerpunkte aus: Affiliate-Konzepte, Virales Marketing, Digitale Verkaufsförderung, Pricingsysteme in digitalen Kontexten, Technologien und Systeme, Trends und neue Entwicklungen.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
• Alpar, A. et al., SEO, Berlin: Springer Gabler.

- Holland, H., Digitales Dialogmarketing, München: Vahlen.
- Jodeleit, B., Social Media Relation, Heidelberg: tpunkt..
- Kreuzer, R. T., Praxisorientiertes Online-Marketing, Berlin: Springer Gabler.
- Kingsnorth, S., Digital Marketing Strategy, London: Kogan Page.
- Kotler, P., Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, Hoboken: John Wiley & Sons.
- Rowles, D., Mobile Marketing, London: Kogan Page.
- Tuten, T. L. et al., Social Media Marketing, Upper Saddle River: Pearson.

## Brand and Communications Management (W3BW\_HD306)

### Brand and Communications Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Brand and Communications Management	W3BW_HD306	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls kennen Markentheorien und Instrumente sowie Mechanismen, um eine erfolgreiche Markenführung für Händler umzusetzen. Sie sind mit Besonderheiten von Kommunikations- und Verkaufsförderungsmaßnahmen vertraut und können diese analysieren und planen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls sind in der Lage, Konzepte und Paradigmen der interdisziplinären Kundenforschung sowie der Strategie zu bewerten und anzuwenden. Sie können Methoden wie Ergebnisse kritisch bewerten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Communications and Promotion Management</b>	22,0	44,0
Vertiefung zu folgenden Inhalten: Werbung und Verkaufsförderung: Begriffe, Ziele, Werbestrategien. Techniken der Werbung. Mediaplanung und Briefing. Techniken der Verkaufsförderung. Kommunikationskontrolle.		
<b>Store Brand Management</b>	28,0	56,0
Store Brand Management: Brand, Zielsystem, Positionierung, Branding, Kontrolle, Instrumente. Markenkapitalisierung. Markentheorie. Internal Branding. Markenarchitektur. Markenkommunikation.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keller, K. L. et al.: Strategic Brand Management, Harlow: Pearson.</li> <li>• Redler, J.: Die Store Brand, Wiesbaden: SpringerGabler.</li> <li>• Belch, G. E./Belch, M. A.: Advertising and Promotion; Columbus: McGrawHill.</li> </ul>

## Customer Behavior and Marketing Strategy (W3BW\_HD307)

### Customer Behavior and Marketing Strategy

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Customer Behavior and Marketing Strategy	W3BW_HD307	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls kennen Forschungsmethoden, zentrale Konstrukte und wichtige Modelle des B2B- und B2C-Kundenverhaltens. Sie sind mit Prinzipien und wichtigen Ansätzen der Marketingstrategie vertraut und können Strategien ableiten und beurteilen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls sind in der Lage, Konzepte und Paradigmen der interdisziplinären Kundenforschung sowie der Strategie zu bewerten und anzuwenden. Sie können Methoden wie Ergebnisse kritisch bewerten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Marketing Strategy Development</b>	16,0	28,0
Vertiefung zu: Marktanalyse, Kundenanalyse, Zielgruppenanalyse. Strategieentwicklung auf Geschäftsfeld- und Produktbereichsebene. Strategische Kontrolle. Trends und Prognosen. Besonderheiten des Strategischen Marketings. Analyse von Fallstudien.		
<b>Foundations of Buyer Behavior</b>	39,0	67,0
Vertiefung zu: Psychologie des Verkaufs. Geschäftstypen B2B, Buying-Center-Analyse, Phasen und Strukturmodelle des B2B-Kaufs, Rollenanalyse B2B-Kaufverhalten, Arten B2C-Kaufentscheidungen. Modelle des individuellen Käuferverhaltens. Persönlichkeit und Involvement. Lebensstil. Gruppen. Werte und Kultur. Vertiefung zu Aktivierung, Emotion, Motivation. Heuristisches Entscheiden. Wahrnehmung und Informationsverarbeitung. Einstellungen, Lernen und Gedächtnis. Messung von Konstrukten. Paradigmen und Entwicklungsphasen der Käuferforschung.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
-

Backhaus, K./Voeth.M.: Industriegütermarketing, München: Vahlen.  
Foscht, T./Swoboda, B.: Käuferverhalten, Wiesbaden: Gabler.  
Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A.: Käuferverhalten, München: Vahlen.  
Redler, J: Grundzüge des Marketings, Berlin: BWV.  
Wilson, R./Gilligan, C.: Strategic Marketing Management, London: Routledge.

## Marketing Analysis and Control (W3BW\_HD308)

### Marketing Analysis and Control

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Marketing Analysis and Control	W3BW_HD308	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls kennen wichtige Ansätze des Marketingcontrollings. Sie sind vertraut mit zugehörigen Kennzahlen und -systemen. Sie können nach Instrumentalbereichen wie auch übergreifend über zweckmäßige Ansätze und Prozesse urteilen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls sind in der Lage, Mess- und Kontrollkonzepte zu bewerten und zweckbezogen anzuwenden. Sie können Methoden wie Ergebnisse kritisch einordnen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Marketing Metrics and Control</b>	18,0	36,0
Vertiefung Marketingcontrolling, Preiskontrolle, Vertriebskontrolle, Kommunikationskontrolle, Promotions-Kontrolle, Online-Marketing-Kontrolle und je zugehörige Kennzahlenlogiken sowie Messmethoden.		
<b>Empiric Research Project</b>	32,0	64,0
Durchführung, Auswertung und Präsentation einer empirischen Studie in Kleingruppen inkl. Bericht.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
Bendle, N. T. et al.: Key Marketing Metrics, Harlow: Pearson. Reinecke, S. / Tomczak, T.: Handbuch Marketingcontrolling, Wiesbaden: Gabler. Reinecke, S. / Janz, S.: Marketingcontrolling, Stuttgart: Kohlhammer.

## Naturwissenschaftliche Grundlagen der Agrar-Betriebswirtschaft (W3BW\_HD309)

### Scientific and Engineering Basics in Agribusiness Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Naturwissenschaftliche Grundlagen der Agrar-Betriebswirtschaft	W3BW_HD309	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung, Planspiel/Simulation

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Den Studierenden werden in diesem Modul alle notwendigen und wichtigen grundlegenden Inhalte über den naturwissenschaftlichen Bereich der Wertschöpfungskette Agrar vermittelt.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen grundlegenden fachlichen Einblick in die Phytomedizin sowie die Tierkunde und die Haltung von landwirtschaftlichen Nutztieren. Dadurch erwerben Sie die nötigen methodischen Fachkenntnisse zur qualifizierten Arbeit und Beurteilung der Vorgänge im Agrarbetrieb, sowohl im Pflanzenbau wie auch Tierzuchtbereich.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erwerben die Kompetenz einer adäquaten Kommunikation mit den Produktionsbetrieben als Lieferanten sowie gleichzeitig Kunden ihrer Ausbildungsunternehmen und erwerben sich dadurch innerhalb der Agrarbranche ein fachspezifisches Knowhow und dadurch eine Akzeptanz bei den Marktteilnehmern.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden ein grundlegendes Verständnis für die agrarbetriebsrelevanten Pflanzen- und Tierwelt. Bezogen auf ihr Ausbildungsunternehmen können sie die verschiedenen Produkte herkunfts-, herstellungs- und funktionsmäßig ein- und zuordnen Sie können darüber hinaus ganzheitliche Beurteilungen von Frage- bzw. Problemstellungen bezüglich der Agrarproduktion vornehmen bzw. sich daran beteiligen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Phytomedizin</b>	15,0	26,0
Pflanzenschäden, Abiotische Schadursachen, Viren, Bakterien, Phytoplasmen, Pilze, Nematoden, Arthropoden, Populationsdynamik/Epidemiologie von Schaderregern, Unkräuter, Krankheitsentstehung, Pathogenitätsfaktoren, Resistenz, Einfluss von Umweltfaktoren auf den Befall, Physikalische Pflanzenschutzverfahren, Chemischer Pflanzenschutz, Biologischer Pflanzenschutz, Integrierter Pflanzenschutz Rechl. Rahmenbedingungen (Zulassung, Risikoindikatoren)		
<b>Tierkunde und Tierhaltung</b>	40,0	69,0
Anatomie und Physiologie, Rassenmerkmale, Tierhaltung, Verfahren der Tierzucht;		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
Vorlesungen des 1. Studienjahres

#### Literatur

- Bogner, H./Grauvogel, A. (1984): Verhalten ldw. Nutztiere, Stuttgart: Ulmer
- Diepenbrock, W./Ellmer, F./Leon, J.: Ackerbau, Pflanzenbau und Pflanzenzüchtung, Stuttgart: UTB
- Doleschel, P./Frahm, J. (Hrsg.): Pflanzliche Erzeugung. Landwirtschaftlicher Pflanzenbau, München: BLV
- Gliessmann R.: The Ecology of Sustainable Food Systems, CRC Press
- Hoy S. et.al.: Nutztierhaltung und –hygiene, Stuttgart: Ulmer
- Jungbluth, Th./Buscher, W./Krause, M.: Technik Tierhaltung, Stuttgart: UTB
- Kirchgessner, M. u. a. (Hrsg.): Tierernährung, Frankfurt a.M.: DLG
- Lengerken, G./Ellendorff F./Lengerken, J.: Tierzucht, Stuttgart: Ulmer
- Löffler, K.: Anatomie und Physiologie der Haustiere, Stuttgart: Ulmer
- Lütke Entrup, N./Oemichen, J.: Lehrbuch des Pflanzenbaus Bd. 1,2, Bonn: AgroConcept
- Methling, W./Unshelm, J.: Umwelt- u. tiergerechte Haltung von Nutz-, Heim- u. Begleittieren, München: Parey
- Münzert et al.: Die Landwirtschaft - Pflanzliche Erzeugung, München: BLV
- Silbernagl, S./Despopoulos, A.: Taschenatlas der Physiologie, Stuttgart: Thieme
- Wagner, K./Huffmeier H.: Die Landwirtschaft, Band 2: Tierische Erzeugung, München: BLV
- Weiß, J.: Tierproduktion, Stuttgart: Parey

## Politische, logistische und rechtliche Grundlagen der Agrar-Betriebswirtschaft (W3BW\_HD310)

### Political, logistical and legal basics in Agribusiness Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Politische, logistische und rechtliche Grundlagen der Agrar-Betriebswirtschaft	W3BW_HD310	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erfahren zum einen grundlegende Kompetenzen, die spezifisch für den operativen Einkauf- bzw. Vertrieb von Agrarprodukten notwendig sind, insbesondere im Bereich der Agrarlogistik. Darüber hinaus lernen sie die politischen und rechtlichen Grundlagen der Agrarunternehmen kennen, sowie globalen Zusammenhänge und Auswirkungen der Agrarwirtschaft auf die Gesellschaft.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden einerseits die rechtlichen und politischen Gesamtzusammenhänge innerhalb der Agrarbranche und können für ihr Unternehmen eine angemessene Zukunftsausrichtung planen. Andererseits verstehen sie, dass ihre dualen Ausbildungsunternehmen in erster Linie Dienstleister für die landwirtschaftlichen Unternehmen als Lieferant und Kunde eines reibungslosen logistischen Ablauf von Agrarprodukten sind.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Dieses Modul ermöglicht den Studierenden v.a. die volkswirtschaftliche Position und Funktion ihres Unternehmens im Kontext des Gesamthandelsgeschehens von der lokalen bis zur globalen Ebene einzustufen und zu bewerten. Sie verstehen die politischen Gesamtzusammenhänge innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette Agrar und können für ihr Unternehmen eine angemessene Zukunftsausrichtung planen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, nach einer Analyse des Umfeldes für das eigene Ausbildungsunternehmen im Hinblick auf die gesamte Wertschöpfungskette eine geeignete Positionierung und strategische Ausrichtung zu konzipieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Agrarlogistik</b>	20,0	40,0
Kennenlernen der Besonderheiten der Agrarlogistik mit den Problemen der Kennzeichnungs- und Nachweispflichten, der Problematik des Verderbs bei der Lagerhaltung und der Saisonalität im Agrarbereich		
<b>Agrar- und Umweltpolitik / Agrarrecht</b>	22,0	44,0
Kennenlernen der relevanten politischen und rechtlichen Grundlagen bezogen auf den Agrarbereich		
<b>Globalisierung der Agrarwirtschaft</b>	8,0	16,0
Globalisierung, Strukturwandel in der Landwirtschaft, Nahrungsmittel versus Biokraftstoffe, Kleinbauern vs. Agrarindustrielle Produktion, Ernährungssicherung		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

Grundlagen Agrar-Vorlesungen des 2. Studienjahres

## Literatur

- BMELV: Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 2010, Bremerhaven: Wirtschaftsverlag
- Engelhardt, D.: Transportfahrzeuge im Agrarbereich – Lastkraftwagen– Möglichkeiten und Konzepte, Göttingen: Cuvillier Verlag
- Feindt, P. H. et al.: Nachhaltige Agrarpolitik als reflexive Politik. Plädoyer für einen neuen Diskurs zwischen Politik und Wissenschaft, Berlin: Edition Sigma
- Fröba, N.: Landwirtschaftliches Transportwesen. Landtechnik 49(6), S. 264–266
- Harrison, A., et al.: Logistics Management and Strategy - Competing through the Supply Chain, Pearson
- Henrichsmeyer, W./Witzke, H-P.: Agrarpolitik, Band 1: Agrarökonomische Grundlagen, Stuttgart: Ulmer
- Kirschke, D./Weber, G.: Agrarpolitik. In: Beetz, S. et al.: Handwörterbuch zur ländlichen Gesellschaft, Wiesbaden: Springer
- Kloepfer, M.: Umweltrecht, München: Beck
- Kluge, U.: Vierzig Jahre Agrarpolitik in der Bundesrepublik Deutschland, Hamburg
- Kowalewsky, H.-H.: Landwirtschaftliche Transporte mit Schlepper oder Lkw, Land & Forst 16, S. 47–49
- Kröger, M.: Die Modernisierung der Landwirtschaft. Eine vergleichende Untersuchung der Agrarpolitik Deutschlands und Österreichs nach 1945, Berlin: Logos
- Mührel, K.: Landwirtschaftliche Transporte und Fördertechnik, Berlin: VEB Verlag Technik
- Norer, R.: Handbuch des Agrarrechts, Berlin: Springer

## Natur- und ingenieurwissenschaftliche Besonderheiten der Agrar-Betriebswirtschaft (W3BW\_HD311)

### Natural- and Engineering Science in Agribusiness Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Natur- und ingenieurwissenschaftliche Besonderheiten der Agrar-Betriebswirtschaft	W3BW_HD311	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung, Planspiel/Simulation

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Den Studierenden werden in diesem Modul wichtige vertiefende Inhalte über den natur- und ingenieurwissenschaftlichen Bereich der Wertschöpfungskette Agrar vermittelt.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften fachlichen Einblick in die Tierernährung und Tiermedizin sowie die technischen und ökologischen Gegebenheiten im agrarwirtschaftlichen Umfeld. Dadurch erwerben Sie die nötigen methodischen Fachkenntnisse zur qualifizierten Arbeit und Beurteilung der Vorgänge im Agrarbetrieb, sowohl im Umwelt, Pflanzen- Tier- und Agrartechnikbereich.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erwerben die Kompetenz einer adäquaten Kommunikation mit den Produktionsbetrieben als Lieferanten sowie gleichzeitig Kunden ihrer Ausbildungsunternehmen und erwerben sich dadurch innerhalb der Agrarbranche ein fachspezifisches Knowhow und dadurch eine Akzeptanz bei den Marktteilnehmern.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden ein vertiefendes Verständnis für die agrarbetriebsrelevanten Pflanzen- und Tierwelt sowie die technischen Ausstattung und ökologischen Gegebenheiten eines Agrarbetriebes. Bezogen auf ihr Ausbildungsunternehmen können sie die verschiedenen Produkte herkunfts-, herstellungs- und funktionsmäßig ein- und zuordnen Sie können darüber hinaus ganzheitliche Beurteilungen von Frage- bzw. Problemstellungen bezüglich der Agrarproduktion vornehmen bzw. sich daran beteiligen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Tierernährung und Tiermedizin</b>	<b>15,0</b>	<b>26,0</b>
Futtermittel, Verdauung, Stoffwechsel, Energiehaushalt, Aufbau des tierischen Organismus, Bau und Funktionen von Organen und Organsysteme;		
<b>Agrarinnen- und -außentechnik</b>	<b>30,0</b>	<b>52,0</b>
Kennenlernen der verschiedenen Anlagen, Gerät, Betriebsmittel und zugehörigen Software in der Agrarinnen- und -außentechnik sowie deren Entwicklung und dessen Management (Instandhaltung, Ressourcenausnutzung);		
<b>Ökologische Landwirtschaft</b>	<b>10,0</b>	<b>17,0</b>
Kennenlernen der Besonderheiten und gesetzlichen und sonstigen Anforderungen der ökologischen Landwirtschaft und deren Entwicklung;		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

Vorlesungen des 1. Studienjahres

## Literatur

- Arnold, M./ Haller J. Landmaschinen der Welt, Stuttgart: Motorbuch-Verlag
- Frieder, T./Vögel, R.: Gute Argumente - Ökologische Landwirtschaft, München: Beck
- Jungbluth, Th./Buscher, W./Krause, M.: Technik Tierhaltung, Stuttgart: UTB
- Kirchgessner, M. u. a. (Hrsg.): Tierernährung, Frankfurt a.M.: DLG
- Kletzl, W./Schott M./Auer S.: Handbuch Reparaturen an Landmaschinen und Traktoren, Stuttgart: Ulmer
- Lengerken, G./Ellendorff F./Lengerken, J.: Tierzucht, Stuttgart: Ulmer
- Löffler, K.: Anatomie und Physiologie der Haustiere, Stuttgart: Ulmer
- Martin, K./Sauerborn, J.: Agrarökologie, Stuttgart: Ulmer
- Methling, W./Unshelm, J.: Umwelt- u. tiergerechte Haltung von Nutz-, Heim- u. Begleittieren, München: Parey
- Reece, O.: Functional Anatomy and Physiology of Domestic Animals, Wiley-Blackwell

## Marketing- und Vertriebsgrundlagen der Agrar-Betriebswirtschaft (W3BW\_HD312)

### Marketing and sales basics in Agribusiness Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Marketing- und Vertriebsgrundlagen der Agrar-Betriebswirtschaft	W3BW_HD312	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erwerben theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen im Hinblick auf den Verkauf von Agrarprodukten, insbesondere auch das spezifische Umfeld. Dieses ist wichtig für den Aufbau eines adäquaten Vertriebsmodells für den eigenen Betrieb. Dies soll den entsprechenden Einsatz im Ausbildungsunternehmen vorbereiten bzw. unterstützen. Schließlich erhalten erfahren sie grundlegende Kompetenzen, die spezifisch für die Vermarktung und das Verkaufen von Agrarprodukten notwendig sind, wie z.B. das Thema der Warenpräsentation.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach Abschluss des Moduls verstehen die Studierenden einerseits die wirtschaftlichen Gesamtzusammenhänge innerhalb der Agrarbranche. Dadurch können Sie verstehen, wie die spezifischen Märkte in der Agrarwirtschaft operativ funktionieren, sowie Agrarprodukte von den Marktteilnehmern ein- bzw. an sie verkaufen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Dieses Modul ermöglicht den Studierenden, die betriebswirtschaftliche Position und Funktion ihres Unternehmens im Kontext des Gesamthandelsgeschehens von der lokalen bis zur globalen Ebene einzustufen und zu bewerten. Sie verstehen die wirtschaftlichen Gesamtzusammenhänge innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette Agrar und können für ihr Unternehmen eine angemessene Zukunftsausrichtung planen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, nach einer Analyse des Umfeldes für das eigene Ausbildungsunternehmen im Hinblick auf die gesamte Wertschöpfungskette eine geeignete Positionierung und strategische Ausrichtung zu konzipieren. Darüber hinaus besitzen die Studierenden verbesserte Kompetenzen für Produktpräsentation sowie den operativen Vertrieb von Agrarprodukten über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Chancen und Strategien der Optimierung der Agrarwirtschaft</b>	25,0	50,0
Gestaltung natürlicher Lebensräume, ökologische Lebensmittel, nachwachsende Rohstoffe / Energie; Kennenlernen sonstiger aktueller Strategien und Ansätze der Optimierung der Agrarwirtschaft in den verschiedenen Bereichen, wie z.B. Nischenbildung, etc.		
<b>Marketing und Vertrieb im Agrarbereich</b>	25,0	50,0
Übersicht der agrarspezifischen Kunden und Marktteilnehmer sowie der daraus resultierenden Vertriebswege inkl. relevanter Strategien und Differenzierungen für den Vertrieb im Agrarbereich. Darstellung der verschiedenen Besonderheiten im Vertrieb (Marketing-Mix-Beispiele für verschiedene Segmente); Analyse optimaler Präsentation von Agrarprodukten im Vertrieb, Marktgestaltung; Projekt zur optimalen Sortiments- und Produktpräsentation		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

Grundlagen Agrar-Vorlesungen des 2. Studienjahres

## Literatur

- Brandes, W. /Woermann, E. : Landwirtschaftliche Betriebslehre Teil I Theorie und Betriebslehre, Allgemeiner Teil, Stuttgart: Ulmer
- Dabbert, S./Braun, J.: Landwirtschaftliche Betriebslehre - Grundwissen Bachelor, Stuttgart: Ulmer
- Henrichsmeyer, W./Witzke, H.-P.: Agrarpolitik Band – Agrarökonomische Grundlagen, Stuttgart
- Kuhlmann, F.: Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Frankfurt a. M.: DLG
- Leiber, F. (Hrsg.): Landwirtschaftliche Betriebslehre, Hamburg: Parey
- Mushoff, O./Hirschauer, N.: Modernes Agrarmanagement, Vahlen: München
- Norer, R.: Handbuch des Agrarrechts, Berlin: Springer
- Planung des landwirtschaftlichen Betriebs, Hamburg: Parey
- Peterson, E.W.: A Billion Dollars a Day: The Economics and Politics of Agricultural Subsidies, Wiley-Blackwell
- Reisch, E./Zeddies, J.: Einführung in die landwirtschaftliche Betriebslehre – Spezieller Teil, Stuttgart: Ulmer
- Schneeweis, C.: Einführung in die Produktionswirtschaft, Berlin: Springer
- Steinhäuser, H./Langbehn, C./Peters, U.: Einführung in die landwirtschaftliche Betriebslehre, Stuttgart: Ulmer

## Grundlagen für die Planung von Gebäuden (W3BW\_HD313)

### Technical basics for planning of construction of a building

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen für die Planung von Gebäuden	W3BW_HD313	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Laborübung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen nach dem erfolgreichen Besuch des Moduls wesentliche technische Grundlagen für die Planung von Gebäuden, für die Bau-, Haustechnik-, Elektrobranche.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden im Unternehmen anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden setzen sich nicht nur mit den betriebswirtschaftlichen, sondern auch den technischen Grundlagen der relevanten Branche auseinander und werden damit ein kompetenter Ansprechpartner für ihre Kunden, Lieferanten und innerhalb des Unternehmens.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erlernen branchenspezifische Besonderheiten, um später erfolgreich Produktmanagement, Vertrieb, Projektmanagement und allgemein Management in ihren Unternehmen durchführen zu können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Technische Grundlagen für Planung von Gebäuden, Bau-, Haustechnik-, Elektrobranche</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Verpflichtende Inhalte: Technische Grundlagen mit dem Lesen von relevanten Zeichnungen und Plänen, Erstellen von relevanten Zeichnungen und Plänen, Grundlagen zu Materialangaben und Materialeigenschaften (inkl. Elektro) Ergänzende Inhalte: Lebens- und Arbeitsraumgestaltung, Bau- und Architekturstile – Veränderungen im Wandel der Zeit, Moderne Trends, Praktisches Gestalten von Lebens- und Arbeitsräumen für bestimmte Kundengruppen und deren Bedürfnisse bzw. Grundlagen der Elektrotechnik und Elektronik.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
- Glencoe: Basic Technical Drawing, McGraw-Hill Education - Grollius, H.-W.: Technisches Zeichnen für Maschinenbauer, Carl Hanser - Gympel, J.: Geschichte der Architektur - von der Antike bis heute, Fullmann - Moewes, W.: Grundfragen der Lebensraumgestaltung - Raum u. Mensch, Prognose, "offene" Planung u. Leitbild, de Gruyter - Müller, P./Meyer, G.: Basics Elektrotechnik, Christiani

## Grundlagen für die Realisierung von Gebäuden (W3BW\_HD314)

### Technical basics for the realisation of construction of a building

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen für die Realisierung von Gebäuden	W3BW_HD314	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Laborübung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten im Modul Kenntnisse der wesentlichen technischen Grundlagen für die Realisierung von Gebäuden, die Bau-, Haustechnik-, Elektrobranche.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden im Unternehmen anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden setzen sich intensiv mit den technischen Grundlagen der relevanten Branche auseinander und werden damit auch ein kompetenter für technische Ansprechpartner ihrer Kunden, Lieferanten und innerhalb des Unternehmens.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erlernen branchenspezifische Besonderheiten, um später erfolgreich Produktmanagement, Vertrieb, Projektmanagement, Logistik und Management in ihren Unternehmen durchführen zu können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Realisierung Gebäude - Bau, Haustechnik, Elektro</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Verpflichtende Inhalte: Vertiefung zu Bau-, Haustechnik-, Elektroprodukten und deren optimalen Einsatz bei der Realisierung moderner Gebäude. Ergänzende Inhalte Besonderheiten zur Bau- und Haustechnik-Substanz bzw. Mess- und Sensortechnik, Automatisierung von Gebäuden, Energietechnik		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

<b>Voraussetzungen</b>
Grundlagen für die Planung von Gebäuden

Literatur
- Holzapfel, W.: Baustoffe für Dach und Wand - Herstellung, Eigenschaften und Anwendungsmöglichkeiten, Rudolf Müller - Klausen, D./Hoscheid, R.: Technologie der Baustoffe - Handbuch für Studium und Praxis, VDE-Verlag - Wood, D. M.: Civil Engineering - A Very Short Introduction, Oxford University Press - Müller, P., Meyer, G.: Basics Elektrotechnik, Christiani-Verlag.

aus aktueller Orga-Einheit

## Vertriebliche Besonderheiten der Wertschöpfungskette Bau, Haustechnik, Elektro (W3BW\_HD315)

specialities of the value chain civil engineering, heating, ventilation, air conditioning and refrigeration (HVACR), electrical eng

Formale Angaben zum Modul			
<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Modulnummer</b>	<b>Sprache</b>	<b>Modulverantwortung</b>
Vertriebliche Besonderheiten der Wertschöpfungskette Bau, Haustechnik, Elektro	W3BW_HD315	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann
Verortung des Moduls im Studienverlauf			
<b>Studienjahr</b>	<b>Moduldauer in Semester</b>		
2. Studienjahr	2		
Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study			
Prüfungsleistung		Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio		120	ja
Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5
Qualifikationsziele und Kompetenzen			
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls die Besonderheiten im Bereich des Vertriebs in der Bau-, Haustechnik-, Elektrobranche, welche von der handwerklichen Leistungsausführung beim Kunden an der Baustelle geprägt sind.		
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden im Vertrieb an zuwenden.		
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden setzen sich mit den spezifischen vertrieblichen Besonderheiten der relevanten Branche auseinander und werden damit ein kompetenter Ansprechpartner für ihre Kunden und Lieferanten und innerhalb des Unternehmens.		
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erlernen branchenspezifische Besonderheiten, um später erfolgreich Vertrieb und Management in ihren Unternehmen durchführen zu können.		
Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium	
<b>Ausschreibungswesen, spezifische Kalkulation und Vertrieb für Bau, Haustechnik, Elektro</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>	
Besonderheiten des branchenspezifischen Vertriebs - Ausschreibungswesen, spezifische Kalkulation und Vertrieb für den Bereich Bau, Haustechnik, Elektro			
Besonderheiten und Voraussetzungen			
<b>Besonderheiten</b>			
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.			
<b>Voraussetzungen</b>			
-			
Literatur			
jeweils die neueste Auflage: Henning, A.: Ausschreibung nach VOB und BGB: Leitfaden zur sicheren Leistungsbeschreibung und Vergabe			

aus aktueller Orga-Einheit

## Logistische Besonderheiten der Wertschöpfungskette Bau, Haustechnik, Elektro (W3BW\_HD316)

specialities of the value chain civil engineering, heating, ventilation, air conditioning and refrigeration (HVACR), electrical e

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Logistische Besonderheiten der Wertschöpfungskette Bau, Haustechnik, Elektro	W3BW_HD316	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann
Verortung des Moduls im Studienverlauf			
Studienjahr	Moduldauer in Semester		
3. Studienjahr	2		
Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen			
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study			
Prüfungsleistung		Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio		120	ja
Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5
Qualifikationsziele und Kompetenzen			
Fachkompetenz	Die Studierenden kennen nach dem erfolgreichen Besuch des Moduls die nicht-vertrieblichen spezifischen Besonderheiten der Branchen Bau, Haustechnik, Elektro, welche von der handwerklichen Leistungsausführung beim Kunden an der Baustelle geprägt sind. Die Studierenden lernen zudem die Baustellenlogistik näher kennen.		
Methodenkompetenz	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden im Unternehmen anzuwenden.		
Personale und Soziale Kompetenz	Die Studierenden setzen sich nicht nur mit den allgemeinen, sondern auch mit den spezifischen Besonderheiten der Branchen im Hinblick auf die Baustellenausführung auseinander und werden damit ein kompetenter Ansprechpartner für ihre Kunden, Lieferanten und innerhalb des Unternehmens.		
Übergreifende Handlungskompetenz	Die Studierenden erlernen branchenspezifische Besonderheiten, um später erfolgreich Logistik, Projektmanagement und Management in ihren Unternehmen durchführen zu können.		
Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium	
<b>VOB, Recht für den Bau-, Haustechnik-, Elektrobereich und Baustellen</b>	<b>20,0</b>	<b>40,0</b>	
Deutsche Baurecht-Grundlagen, VOB als bauspezifische Vertragsgrundlage, Weitere Rechtsgrundlagen des Bau-, Haustechnik, Elektrobereichs			
<b>SCM Bau-, Haustechnik-, Elektrobranche und Baustellenlogistik</b>	<b>30,0</b>	<b>60,0</b>	
Besonderheiten der branchenspezifischen Logistik der Bau-, Haustechnik-, Elektrobranche – Supply Chain Management mit übergreifenden Ansätzen, Baustellenlogistik, Bauabwicklung.			
Besonderheiten und Voraussetzungen			
Besonderheiten			
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur			
Voraussetzungen			
-			
Literatur			
jeweils die neueste Auflage: VOB / HOAI			



## Technische Grundlagen des Branchenhandels Wohnen (W3BW\_HD317)

### Physical and Technical Basics of Buildings for Trade in Furnishings

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Technische Grundlagen des Branchenhandels Wohnen	W3BW_HD317	Deutsch/Englisch	Dr.rer.pol. Christoph Schinke

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, technische Pläne und Zeichnungen zu lesen, zu verstehen und zu interpretieren. Die Studierenden können selbständig technische Pläne und Zeichnungen erstellen und Gesprächspartnern aus der Branche erläutern. Die Studierenden kennen die Grundlagen der Physik von Wohnräumen und können zu Themen wie Statik, Festigkeit, Wärmedämmung, Ausdehnung, Licht und Beleuchtung sowie Schall Stellung nehmen. Die Studierenden lernen verschiedene Materialien wie Glas, Beton, Holz, Stahl mit ihren Eigenschaften kennen, die in Wohnräumen anzutreffen sind.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die technischen Grundlagen, d.h. Pläne und Zeichnungen, die Wirkung von physikalischen Einflüssen sowie die Verwendung von unterschiedlichen Materialien auf eine Wohnsituation anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden setzen sich nicht nur mit den betriebswirtschaftlichen, sondern auch mit den technischen Grundlagen der relevanten Branche auseinander. Die Studierenden können bezüglich der technischen Grundlagen, der Physik von Wohnräumen und bezüglich der Verwendung von verschiedenen Materialien sachgemessen argumentieren. Sie sind Mitarbeitern im eigenen Unternehmen und Kunden sowie Lieferanten ein kompetenter Ansprechpartner. Die Studierenden haben gelernt, das eigene Grundlagenwissen einzuschätzen und eigenverantwortlich auszubauen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden können theoretisches Fachwissen und eigene Praxiserfahrungen zielorientiert verbinden. Sie lernen branchenspezifische Besonderheiten kennen, um später erfolgreich und situationsangemessen im Produktmanagement, im Vertrieb, in Ausstellungen, im Management von Einrichtungsprojekten oder im allgemeinen Management ihres Unternehmens handeln zu können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen des technischen Zeichnens</b>	20,0	35,0
Technische Grundlagen der Branche Wohnen mit dem Lesen von Zeichnungen und Plänen, Erstellen von Zeichnungen und Plänen		
<b>Grundlagen der Physik von Wohnräumen, Grundlagen der Materialwissenschaft bezüglich</b>	35,0	60,0
Grundlagen der Physik von Wohnräumen (Statik, Festigkeit, Wärmedämmung, Ausdehnung, Licht und Beleuchtung, Schall) und Eigenschaften der Materialien, die in Wohnräumen Verwendung finden (Grundlagen der Materialeigenschaften von Glas, Beton, Holz, Stahl, etc.)		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

Vorlesungen des 1. Studienjahres

## Literatur

- Grollius, H.-W.: Technisches Zeichnen für Maschinenbauer, München: Carl Hanser
- Moewes, W.: Grundfragen der Lebensraumgestaltung - Raum u. Mensch, Prognose, "offene" Planung u. Leitbild, Berlin: de Gruyter
- Neroth, G./Vollenschaar, D. (Hrsg.): Wendeorst Baustoffkunde. Grundlagen-Baustoffe-Oberflächenschutz, Wiesbaden: Vieweg Teubner
- Spencer, H.-C./Dygdon, J. T./Novak, J. E.: Basic Technical Drawing, Glencoe: McGraw-Hill
- Willems, W. (Hrsg.): Lehrbuch der Bauphysik - Schall-Wärme-Feuchte-Licht-Brand-Klima, Wiesbaden: Springer

## Planung und Gestaltung von Wohn- und Arbeitsräumen (W3BW\_HD318)

### Living Room and Workspace Design

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Planung und Gestaltung von Wohn- und Arbeitsräumen	W3BW_HD318	Deutsch/Englisch	Dr.rer.pol. Christoph Schinke

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen sich nach dem erfolgreichen Besuch des Moduls noch besser und umfassender mit den wesentlichen technischen Grundlagen der Branche Wohnen aus. Die Studierenden kennen die Grundlagen des praktischen Gestaltens von Lebens- und Arbeitsräumen für bestimmte Kundengruppen und deren Bedürfnisse. Die Studierenden sind zudem in der Lage, Bodenbeläge, Möbel, Heimtextilien, Beleuchtung sowie Accessoires als gestalterische Elemente der Wohnraumplanung einzusetzen. Die Studierenden befassen sich mit aktuellen Trends der Wohnraumgestaltung. Die Studierenden können verschiedene Bau- und Architekturstile sowie deren Veränderung im Laufe der Zeit identifizieren.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die praktischen Grundlagen der Gestaltung von Lebens- und Arbeitsräumen auf eine Wohnsituation anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden setzen sich intensiv mit gestalterischen und technischen Grundlagen der Branche Wohnen auseinander. Die Studierenden können bezüglich der Gestaltung von Lebens- und Arbeitsräumen sachangemessen argumentieren. Sie sind Mitarbeitern im eigenen Unternehmen und Kunden sowie Lieferanten ein kompetenter Ansprechpartner.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden können theoretisches Fachwissen und eigene Praxiserfahrungen zielorientiert verbinden. Sie lernen branchenspezifische Besonderheiten kennen, um später erfolgreich, eigenverantwortlich und situationsangemessen im Produktmanagement, im Vertrieb, in der Ausstellung, im Management von Einrichtungsprojekten oder im allgemeinen Management ihres Unternehmens handeln zu können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Elemente der Wohn- und Arbeitsraumplanung</b>	25,0	50,0
Elemente der Wohnraumplanung (Bodenbeläge, Möbel, Heimtextilien, Beleuchtung, Accessoires)		
<b>Design und Gestaltung von Lebens- und Arbeitsräumen</b>	25,0	50,0
Lebens- und Arbeitsraumgestaltung (Bau- und Architekturstile, Design – Veränderungen im Wandel der Zeit, Moderne Trends, Praktisches Gestalten von Lebens- und Arbeitsräumen für bestimmte Kundengruppen und deren Bedürfnisse)		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

<b>Voraussetzungen</b>
Vorlesungen 2. Studienjahr

## Literatur

- Dodsworth, S./Anderson, S.: The Fundamentals of Interior Design, Fairchild Books
- Grimley, C./Love, M.: The Interior Design. Reference and Specification Book, Rockport Publishers
- Gympel, J.: Geschichte der Architektur - von der Antike bis heute, Fullmann
- Mees, G./Slaets, P.: Materialien für den Innenraum - Eigenschaften / Funktion / Ästhetik, DVA Verlag
- Moewes, W.: Grundfragen der Lebensraumgestaltung - Raum u. Mensch, Prognose, "offene" Planung u. Leitbild, Berlin: de Gruyter
- Tangaz, T.: Interior Design - Basiswissen, Techniken, Übungen, Stiebner

## Vertriebliche Besonderheiten des Branchenhandels Wohnen (W3BW\_HD319)

### Specific Details of Trade in Furnishings

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Vertriebliche Besonderheiten des Branchenhandels Wohnen	W3BW_HD319	Deutsch/Englisch	Dr.rer.pol. Christoph Schinke

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die Besonderheiten ihrer Branche bezüglich des Vertriebs, der Produktpräsentation und der Angebotskalkulation.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, die Besonderheiten ihrer Branche bezüglich Vertrieb, Produktpräsentation und Angebotskalkulation auf konkrete Situationen im eigenen Unternehmen anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können bezüglich der Besonderheiten der Branche Wohnen und Einrichten in Hinblick auf den Vertrieb, die Produktpräsentation und die Angebotskalkulation sachgemessen argumentieren. Sie sind Mitarbeitern im eigenen Unternehmen und Kunden sowie Lieferanten ein kompetenter Ansprechpartner. Die Studierenden haben gelernt, das eigene Grundlagenwissen einzuschätzen und eigenverantwortlich branchenspezifisch auszubauen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden können theoretisches Fachwissen und eigene Praxiserfahrungen zielorientiert verbinden. Sie lernen branchenspezifische Besonderheiten kennen, um später erfolgreich und situationsangemessen im Produktmanagement, im Vertrieb, in der Ausstellung, im Management von Einrichtungsprojekten oder im allgemeinen Management ihres Unternehmens handeln zu können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Spezifische Kalkulation, Marketing und Vertrieb, Produktpräsentation</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Besonderheiten des branchenspezifischen Vertriebs - spezifische Angebotskalkulation, Vertrieb und Produktpräsentation		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
Vorlesungen des 1. Studienjahres

Literatur
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Albers, S./Krafft, M.: Vertriebsmanagement. Organisation, Planung, Controlling, Support, Springer Gabler</li> <li>- Hofbauer, G./Hellwig C.: Professionelles Vertriebsmanagement, Publicis</li> <li>- Kotler, P. T./Armstrong, G.: Principals of Marketing, Pearson</li> <li>- Liebetruh, T.: Prozessmanagement in Einkauf und Logistik, Springer Gabler</li> <li>- Meffert, H./Burmann, C.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente – Praxisbeispiele, Wiesbaden, Springer</li> </ul>

## Logistische Besonderheiten des Branchenhandels Wohnen (W3BW\_HD320)

### Specific Logistics Activities of Trade in Furnishings

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Logistische Besonderheiten des Branchenhandels Wohnen	W3BW_HD320	Deutsch/Englisch	Dr.rer.pol. Christoph Schinke

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen nach dem erfolgreichen Besuch des Moduls die (nicht-vertriebsspezifischen) Besonderheiten der Branchen Wohnen im Bereich SCM und Einkauf / Beschaffung.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden haben die Kompetenz erworben, die vermittelten Besonderheiten der Branche Wohnen auf eine konkrete Situation in ihrem Unternehmen anzuwenden. Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden zum SCM und zur Beschaffung im Unternehmen anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden setzen sich intensiv mit den nicht-vertriebsspezifischen Besonderheiten im Bereich des Einkaufs und des SCM innerhalb der Branche Wohnen auseinander. Die Studierenden können bezüglich der Besonderheiten der Branche sachgemessen argumentieren. Sie sind Mitarbeitern im eigenen Unternehmen und Kunden sowie Lieferanten ein kompetenter Ansprechpartner.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Übergreifende Handlungskompetenz Die Studierenden können theoretisches Fachwissen und eigene Praxiserfahrungen zielorientiert verbinden. Sie lernen branchenspezifische Besonderheiten im Bereich des Einkaufs/Beschaffung und SCM kennen, um später erfolgreich, eigenverantwortlich und situationsangemessen im Produktmanagement, im Einkauf und Vertrieb, im Projektmanagement oder im allgemeinen Management ihres Unternehmens handeln zu können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>SCM Branche Wohnen, Dienstleister Wohnen, Einkauf, Einkaufskooperationen</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Einkauf, Einkaufskooperationen, Besonderheiten der branchenspezifischen Logistik, Supply Chain Management mit übergreifenden Ansätzen, Dienstleister zum Thema Wohnen		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
Vorlesungen des 2. Studienjahres

Literatur
- Arndt, H.: Supply Chain Management. Optimierung logistischer Prozesse, Springer Gabler
- Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operation, Pearson
- Lorenzen, K. D./Krokowski, W.: Einkauf, Springer Gabler
- van Weele, A. J./Eßig, M.: Strategische Beschaffung, Wiesbaden: Springer



## Markt- und Käuferforschung (W3BW\_HD321)

### Market- and Customer Research

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Markt- und Käuferforschung	W3BW_HD321	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralf Oppermann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen spezifischen Fragen der Marktforschung sowie des Käuferverhaltens darstellen, erläutern und einordnen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze und Modelle miteinander zu vergleichen, können plausibel argumentieren und begründete Schlussfolgerungen ableiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, die vermittelten Inhalte problembezogen und lösungsorientiert anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen einzelner Methoden und Modelle und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen. Für Anwendungsfälle in der Praxis können sie angemessene Methoden bzw. relevante Modelle auswählen und anwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster mit denen sie Entscheidungsprobleme zielorientiert bewältigen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Markt- und Käuferforschung</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Auswahl aus folgenden Themenbereichen: Grundlagen der Marktforschung Sekundärforschung Primärforschung Anwendungsgebiete der Marktforschung im Handel Ablauf einer empirischen Studie Multivariate Verfahren SPSS Psychologische und soziologische Grundlagen Grundmodelle des Käuferverhaltens Aktivierende Prozesse Kognitive Prozesse Soziologische Determinanten Partialmodelle versus Totalmodelle Institutionelles Beschaffungsverhalten		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Foscht, T./Swoboda, B./Schramm-Klein, H.: Käuferverhalten, Wiesbaden: Springer Gabler
- Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München: Vahlen
- Ellenrieder, P./Eckert, W.: Marktforschung, Wiesbaden: Gabler
- Kuß, A./Wildner, R./Kreis, H.: Marktforschung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Schneider, W.: Marketingforschung und Käuferverhalten, München: Oldenbourg
- Trommsdorff, V./Teichert, T.: Konsumentenverhalten, Stuttgart: Kohlhammer

## Business English Vantage (W3BW\_HD322)

### Business English Vantage

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Business English Vantage	W3BW_HD322	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Michael Schuler

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Continuous Assessment	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Mit Abschluss dieses Moduls haben sich die Studierenden das grundlegende Fachvokabular zur Bewältigung von Aufgaben des Arbeits- und Geschäftsalltags in mündlicher und schriftlicher Form erarbeitet. Sie können ihr Unternehmen, dessen Strukturen, Sortimente und Dienstleistungen in englischer Sprache beschreiben. Sie sind sicher im Lesen und Verfassen verschiedener Arten geschäftlicher Dokumente (Wirtschaftsveröffentlichungen, Geschäftsbriefe, Berichte, Angebote, Anfragen, Bestellungen, Beschwerdebriefe, E-Mails etc.).
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, die vermittelten Inhalte problembezogen und lösungsorientiert anzuwenden. Für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis können sie das angemessene Konzept auswählen und in konkreten Handlungssituationen anwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden werden Fähigkeiten vermittelt, die Ihnen dabei helfen, erfolgreich in einem englischsprachigen Geschäftsumfeld bestehen zu können. Den Studierenden gelingt es, die in den Modulinhalten angesprochenen Inhalte mit Blick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Den Studierenden wurden grundlegende Kompetenzen vermittelt, die sie anhand entsprechender Fachliteratur eigenständig vertiefen können. Sie haben Instrumente zum Selbststudium kennengelernt, die ihnen während der Praxisphasen eine von Tutoren unabhängige Aneignung von Sprachwissen ermöglichen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Business English Vantage</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Vermittlung des erforderlichen Fachwortschatzes und Auffrischung von Grammatik bezüglich Leseverständnis, schriftlichem Ausdruck, Hörverständnis und mündlichem Ausdruck, um in einem englischsprachigen Geschäftsumfeld erfolgreich bestehen zu können. Optional: Vorbereitung auf BEC Vantage / Higher (je nach Vorkenntnissen).		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
- Ashford, S./Smith, T.: Business Proficiency Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf - Student's Book mit Prüfungsvorbereitung, Video-DVD und Online-Material, Stuttgart: Klett

- Brook-Hart, G.: Business Benchmark Upper Intermediate Business Vantage Student's Book (Cambridge English), Cambridge: Cambridge University Press
- Hughes, J.: Success with BEC, Vantage. Student's Book: The New Business English Certificates Course, Summertown Publishing, Rum: Helbling
- Whitehead, R. u.a.: PASS Cambridge BEC Higher, Cambridge: Cengage Learning
- Wood, I./Sanderson, P./Williams, A./Rosenberg, M.: PASS Cambridge BEC Vantage. 2nd Ed.: Student's Book mit 2 Audio-CDs, Summertown Publishing, Rum: Helbling

## Business English Higher (W3BW\_HD323)

### Business English Higher

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Business English Higher	W3BW_HD323	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Michael Schuler

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Continuous Assessment	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Mit Abschluss dieses Moduls haben die Studierenden ihr grundlegendes Fachwissen erweitert und vertieft. Sie können dem gesprochenen Wort folgen, sich fließend ausdrücken und sind damit in der Lage auf Fach- und Führungsebene kompetent kommunizieren zu können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können Sitzungen durchführen und selbstbewusst an Arbeitsbesprechungen und Präsentationen teilnehmen. Sie haben Techniken der Konfliktlösung in Sitzungen und Verhandlungen kennengelernt.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden haben gelernt, auf interkulturelle Verschiedenheiten Rücksicht zu nehmen. Sie können daher in unterschiedlichen kulturellen und sozialen Kontexten angemessen reagieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Sie haben Instrumente und Methoden kennengelernt, sich das Wissen für wachsende Anforderungen des Arbeits- und Geschäftsalltags selbstständig anzueignen und zu vertiefen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Business English Higher</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Vertiefung von Fachwortschatz und Grammatik bezüglich Leseverständnis, schriftlichem Ausdruck, Hörverständnis und mündlichem Ausdruck zum Verstehen und Verfassen unterschiedlicher Arten von schriftlichen Mitteilungen und zum Bestehen in bilateralen Gesprächssituationen. Organisation, Durchführung und Leitung von Sitzungen. Lösen von Konfliktsituationen in Diskussionen. Optional: Vorbereitung auf BEC Vantage / Higher (je nach Vorkenntnissen).		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
- Ashford, S./Smith, T.: Business Proficiency Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf - Student's Book mit Prüfungsvorbereitung, Video-DVD und Online-Material, Stuttgart: Klett
- Brook-Hart, G.: Business Benchmark Upper Intermediate Business Vantage Student's Book (Cambridge English), Cambridge: Cambridge University Press
- Hughes, J.: Success with BEC, Vantage. Student's Book: The New Business English Certificates Course, Summertown Publishing, Rum: Helbling
- Whitehead, R. u.a.: PASS Cambridge BEC Higher, Cambridge: Cengage Learning
- Zum Selbststudium: digital publishing, Campus Language Training Online Sprachkurse (BEC Vantage / BEC Higher oder Business English)



## E-Fulfillment (W3BW\_HD325)

### E-Fulfillment

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
E-Fulfillment	W3BW_HD325	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Daniela Wiehenbrauk

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Laborübung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen Erfolgsfaktoren des E-Commerce Fulfillments. Sie kennen Inhalte von Service-Level-Agreements für Fulfillment-Leistungen. Sie kennen insbesondere Konzepte des Warenversands und des Retourenmanagements.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können Ausschreibungen für Fulfillment-Leistungen durchführen und Lieferanten bewerten. Sie können Make-or-Buy-Entscheidungen im Kontext des E-Commerce Fulfillment treffen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden reflektieren Entscheidungen im Fulfillment kritisch im Hinblick auf ihre ökologische Verantwortbarkeit.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden kennen Wechselwirkungen zwischen unterschiedlichen Fulfillment-Konzepten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>E-Fulfillment</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lagerhaltung und Versand</li> <li>- Kommissionierung</li> <li>- Letzte Meile</li> <li>- Retouren-Management</li> <li>- Make-or-Buy Entscheidungen</li> <li>- Service-Level-Agreements im Fulfillment</li> </ul>		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
<ul style="list-style-type: none"> <li>- EHI Institute (Hrsg.): Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce, Köln: EHI Institute</li> <li>- Fleischmann, B./Klose, A.: Distribution Logistics - Advanced Solutions to Practical Problems, Berlin: Springer</li> <li>- Graf, A./Schneider, H.: Das E-Commerce Buch - Marktanalysen, Geschäftsmodelle, Strategien, Frankfurt a. M.: Deutscher Fachverlag</li> <li>- Mühlencoert, T.: Kontraktlogistik-Management - Grundlagen, Beispiele, Checklisten, Berlin: Springer Gabler</li> <li>- Spee, D./Bühner, S.: Retourenmanagement - eine logistische Herausforderung - Theorie und Praxis zur Abwicklung von Warenrückgaben, München: Huss</li> </ul>



## Usability und Web-Analytics (W3BW\_HD326)

### Usability and Web-Analytics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Usability und Web-Analytics	W3BW_HD326	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Daniela Wiehenbrauk

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können das Verhalten von Websitebesuchern zielgerichtet analysieren und interpretieren. Sie können die Wirkung von Marketingkampagnen und von Veränderungen der Website bestimmen und zielgerichtete Maßnahmen definieren.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, werkzeuggestützt Analysen und Optimierungen der Gebrauchstauglichkeit und des Datenverkehrs vorzunehmen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden steigern ihre Teamkompetenz durch gemeinsames Arbeiten an Analyse- und Optimierungsprojekten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden kennen die Wechselwirkungen zwischen verschiedenen Online-Marketing-Maßnahmen und Kennzahlen zur Erfolgsmessung im Onlinehandel. Das versetzt sie in die Lage, die aktuelle Situation eines Onlineshops zu analysieren, zu bewerten und zielgerichtete Handlungsoptionen abzuleiten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Usability und Web-Analytics</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Gebrauchstauglichkeit von Websites: - Ziele und Methoden der Usability-Optimierung - User Interface Design, User Experience - Usability Testing, z.B. Eyetracking - Personalisierung des Website		
Datenverkehr auf Websites: - Ziele und Methoden der Auswertung des Besucherverhaltens - Kennzahlen, z.B. Conversion Rate - Kundenprofile		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur

- Aden, T.: Google Analytics, München: Hanser
- Hassler, M.: Digital und Web Analytics - Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren, Frechen: mitp
- Keßler, E. u.a.: Erfolgreiche Websites, Bonn: Rheinwerk
- Krug, S.: Don't make me think! - Web Usability - Das intuitive Web, Frechen: mitp
- Meier, A./Zumstein, D.: Web Analytics & Webcontrolling - Webbasierte Business Intelligence zur Erfolgssicherung, Heidelberg: dpunkt
- Norman, D.: The Design of Everyday Things, New York: Basic Books

## Risikomanagement des E-Commerce (W3BW\_HD327)

### Risk Management in E-Commerce

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Risikomanagement des E-Commerce	W3BW_HD327	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Daniela Wiehenbrauk

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen rechtliche Rahmenbedingungen des digitalen Handels und Details von Zahlungsabwicklungen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erlernen die Fähigkeit, Risiken für Unternehmen im E-Commerce frühzeitig zu erkennen, zu analysieren, zu bewerten, zu überwachen und zu kontrollieren.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Risiken zielgerichtet und effektiv zu vermeiden bzw. zu minimieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit zur frühzeitigen Erkennung möglicher Risiken im E-Commerce und können diese entweder selbstgestalten oder lösungsorientiert einem fachkundigen Dritten übermitteln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Risikomanagement des E-Commerce</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
- Rechtliche Rahmenbedingungen des E-Commerce (Domainrecht, Urheberrecht, Datenschutz, Verbraucherschutz im Internet, AGBs) - Zahlungsabwicklung E-Commerce - Methoden des Risikomanagements		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
- Bräutigam, P. et al. (Hrsg.): E-Commerce - Rechtshandbuch, München: Beck - Gleißner, W.: Grundlagen des Risikomanagements, München: Vahlen - Hoeren, T.: Internet- und Kommunikationsrecht - Praxis-Lehrbuch, Rodenkirchen: Schmitt - Rüpke, G. u.a.: Datenschutzrecht - Grundlagen und europarechtliche Neugestaltung, München: Beck - Sameth, O.: Introduction to Online Payments Risk Management, Farnham: O'Reilly

## Technologien der Modeindustrie (W3BW\_HD328)

### Manufacturing Technologies in Fashion Industry

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Technologien der Modeindustrie	W3BW_HD328	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche der Textil und Bekleidungstechnologie. Dieses Modul soll die Studenten in die Grundlagen der Textil- und Bekleidungstechnologie einführen. In den vier Teilbereichen Textile Roh- und Werkstoffe, Konfektionstechnologie, Web-, Wirk- und Stricktechnik sowie Textilveredelung werden Basiskenntnisse vermittelt, die den textilen Werkstoff sowie seine Herstellung und Eigenschaften beschreiben und erklären. Es werden alle Teilbereiche der textilen Kette vom Beginn der Fadenerzeugung bis zur Erstellung der fertigen Flächenware behandelt. Die Studenten sollen damit eine Übersicht erwerben, in welchen Arbeitsschritten und Stufen Textilien erzeugt und verarbeitet werden. Sie sollen daneben auch verstehen, wie sich die Eigenschaften und die Weiterverarbeitung der Textilien aus den Materialien und deren Verbindungsart/Herstellungsprozessen ergeben.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die wichtigsten Methoden der Herstellung von Textilien und Bekleidung. Sie sind in der Lage, diese Methoden zu bewerten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erwerben in diesem Modul die Kompetenz, die jeweiligen Themenbereiche gruppenweise zu recherchieren und zur Erweiterung ihrer Sozialkompetenz die Rechercheergebnisse einem Auditorium zu präsentieren. Anhand praxisnaher Übungen und Kontrollfragen erwerben sie die Fähigkeit im Selbststudium ihr Wissen zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, die Entwicklungen in der Textil- und Bekleidungstechnologie und deren Auswirkungen für den Textileinzelhandel zu identifizieren. Des Weiteren wissen sie, wie Arbeitsabläufe im den einzelnen Bereichen der Textilherstellung gestaltet sind.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Technologien der Modeindustrie</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
<p>Textile Roh- und Werkstoffe Vorstellung der Gewinnung und Produktion von Faserstoffen und Textilfasern: Herkunft, Herstellung, Aufbau, Eigenschaften, Verwendung; Diskussion der Spinnverfahren; Abhängigkeit und Einflussnahme von chemischem und physikalischem Aufbau auf die Eigenschaften, und Einsatzgebiete der Textilmaterialien; Diskussion der Eigenschaften in Abhängigkeit des Herstellungsprozesses und der Einfluss auf die Einsatzgebiete im Produkt</p> <p>Web-, Wirk- und Stricktechnik Grundlagen des Gewebeaufbaus für den Bereich der Oberbekleidung; Elemente eines Gewebes wie Faserstoff, Garnart, Bindung, Einstellung, Design und spezielle Ausrüstungen; Überblick über das Zusammenwirken dieser einzelnen Elemente, sowie ihr Einfluss auf die Qualität; Überblick über Gewebetyp, Gebrauchstauglichkeit und die Verwendung; Aufbau von Geweben, Gewebeeigenschaften</p> <p>Textilveredelung Einführung in die Verfahren der Textilveredelung; Bedeutung und Position der Textilveredelung in der textilen Kette; Aufgaben und Differenzierung der Veredelungsprozesse; exemplarische Beschreibung wichtiger Veredelungsverfahren einschließlich einer Übersicht über wichtige Chemikalien, Hilfsmittel und Farbstoffe</p> <p>Konfektionstechnologie Überblick von Bedeutung und Anwendungsschwerpunkten der Konfektion textiler Materialien; Grundkenntnisse über Verfahren und Arbeitsmittel bei der Konfektion textiler Produkte; weist auf Zusammenhänge und Schnittstellen zu den textilen Vorstufen hin</p> <p>Produktions- und Warenkunde von Schuhen Leisten; Passformen; Schuhmasse; Schuhteile; Materialkunde: Leder, Polymerwerkstoffe, Textilien, Sonstige; Macharten: geklebt, rahmengenäht, durchgenäht etc.; Schuhpflege</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

  

Voraussetzungen
-

## Literatur

- Barbe, J./Kälin, F.: Schuhwerk – Geschichte, Techniken, Projekte, Bern: Haupt
- Bobeth, W.: Textile Faserstoffe
- Cottle, D.: Australian Sheep and Wool Handbook
- Doehner, H./Reumuth, H.: Wollkunde
- Falkai, V.: Synthesefasern
- Peter, M.: Grundlagen der Textilveredelung
- Rouette, H.-K./Peter, M.: Grundlagen der Textilveredelung
- Schenek, A.: Naturfaser-Lexikon
- Schiecke, E.H.: Wolle als textiler Rohstoff
- Schnellgesberg, G.: Das Faserhandbuch
- Simpson, W.S./Crawshaw, G.H.: Wool: Science and Technology
- Svedova, J.: Industrial Textiles
- Wagner, E.: Die textilen Rohstoffe

## Fashion Sales (W3BW\_HD329)

### Fashion Sales

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Fashion Sales	W3BW_HD329	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden lernen wesentliche Methoden des Filialmanagements kennen. Sie lernen ein Filialportfolio sowie einzelne Filialen zu bewerten und Schwachstellen zu erkennen. Darüber hinaus lernen sie unterschiedliche Methoden der Flächenbewirtschaftung in der Modebranche kennen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können Kennzahlen zur Bewertung von Filialen und Filialsystemen einsetzen. Sie beherrschen Methoden der Personaleinsatzplanung, der Filiallogistik und der Flächenbewirtschaftung.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden steigern ihre Verhandlungskompetenz durch Verhandlung von Verträgen zur Flächenbewirtschaftung. Sie berücksichtigen dabei soziale Aspekte.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden können Maßnahmen zur Ertragssteigerung von Filialen und Filialsystemen in den Gesamtkontext der Unternehmensentwicklung einordnen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Fashion Sales</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Flächenbewirtschaftung Vorstellung und Bewertung alternativer Formen der Flächenbewirtschaftung: Handelsbestand, Konsignation (Filial- und Lagerdepot), Concession, Kommission; Abgrenzung von Präsentationsformen; Kennzahlen der Flächenbewirtschaftung. Methoden der Warensteuerung; übliche Vereinbarungen und Garantien in der vertikalen Flächenbewirtschaftung  Filialmanagement Filialcontrolling, Filiallogistik, Personaleinsatzplanung		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
– Becker, J./Winkelmann, A.: Handelscontrolling: Optimale Informationsversorgung mit Kennzahlen, Berlin: Springer Gabler – BTE / German Fashion: „Kennzahlen-Definitionen“ in der vertikalen Flächensteuerung, Köln: BTE / German Fashion – Frank, M./Scherf, B.: Handbuch Personaleinsatzplanung, Frechen: Datakontext

- GS1: EDI Anwendungsempfehlung Connecting Fashion Business, Version 2.1, Köln: GS1
- Janz, M./Swoboda, B.: Vertikales Retail-Management in der Fashionbranche, Frankfurt a. M.: Deutscher Fachverlag.
- Winter, M.: Mehr Umsatz mit Verkaufssteuerung und Planung im Einzelhandel: Praktischer Leitfaden für Verkäufer und Führungskräfte / Einstieg in die Konzeptentwicklung, Norderstedt: BoD

## Fashion Retail Marketing (W3BW\_HD330)

### Fashion Retail Marketing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Fashion Retail Marketing	W3BW_HD330	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen fachlichen Einblick in das Markenmanagement von Modeunternehmen. Sie lernen Zielgruppen zu definieren und Markenwerte zu definieren. Sie kennen Methoden, die Markenwerte konsistent über alle Kanäle zu kommunizieren. Die Studierenden kennen die Bedeutung der Markenkommunikation am Point-of-Sale. Sie sind in der Lage, die Markenkommunikation von Modemarken zu bewerten. Die Studierenden erlangen vertiefte Sachkompetenz im Bereichen Visual Merchandising und Ladenbau.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden lernen die Methoden des Markenmanagements in der Modebranche anzuwenden. Sie lernen darüber hinaus, die Methoden des Visual Merchandisings anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden steigern ihre Fähigkeit, im Team Sachverhalte (hier Markenkommunikation und Visual Merchandising) zu analysieren und zu bewerten sowie gemeinsam Verbesserungsvorschläge zu erarbeiten. Es erfolgt eine Förderung ihrer Präsentationskompetenz.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, Modemarken zu analysieren und zu bewerten. Sie können einen Markenkern sowie Maßnahmen zu Kommunikation des Markenkerns definieren. Sie sind in der Lage, die Ladengestaltung eines Modeunternehmens zu analysieren und zu bewerten. Sie sind in der Lage, ein eigenes Visual Merchandising-Konzept zu definieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Fashion Retail Marketing</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Fashion Brand Management Grundlagen der Markenpolitik in der Modebranche; Methoden und Konzepte der Zielgruppendefinition; Markenpositionierung und Markendifferenzierung in der Modebranche		
Visual Merchandising and Store Design Umsetzung der Vorgaben des Brand Managements in der Filialgestaltung: Gestaltung der Außenansicht; Anordnung und Abgrenzung der Warengruppen auf der Fläche; Definition von Laufwegen und Sichtachsen; Auswahl und Anordnung der Warenträger; Gestaltung von Schaufenstern und Fokuspunkten; Beleuchtung; Beduftung; Auswahl von Materialien; Einsatz digitaler Technologien (Digital Signage)		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Bickle, M. C.: Fashion marketing : theory, principles & practice
- van Dyk, S.R.: Luxury Fashion Management: Brand and Marketing Management in the ever-changing Luxury Fashion Industry
- Easey, M.: Fashion Marketing
- Frey,U./Hunstiger, G./Träger, P.: Shopper-Marketing: Mit Shopper-Insights zu effektiver Markenführung bis an den POS
- Hens, M.: Visual Merchandising: mit moderner Ladenoptik die Kunden verführen und mehr verkaufen
- Kreft , W.: Ladenplanung : Merchandising-Architektur; Strategien für Verkaufsräume: Gestaltungs-Grundlagen, Erlebnis-Inszenierungen, Kundenleitweg-Planungen
- Rosenthal, P./Koller, L.: Faszination Visual Merchandising : [mit intelligenten Gestaltungskonzepten zum Erfolg]
- Ross, S.: Warenpräsentation im Textileinzelhandel: ein praktischer Leitfaden für das Verkaufsteam
- Ruhland, A.: Die Rolle der Modemarke - heute und in der Zukunft
- Schnödt, D.: Mehr verkaufen durch professionelle Warenpräsentation
- Schröder, K.: Die Textil- und Modebranche morgen : Marketingkonzept für eine High-end-Fashion-Boutique
- Tungate, M.: Fashion Brands: Branding Style from Armani to Zara

## Rahmenbedingungen des Fashion Managements (W3BW\_HD331)

### Framework Conditions for Fashion Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Rahmenbedingungen des Fashion Managements	W3BW_HD331	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden lernen wesentliche Zusammenhänge des Qualitätsmanagements in der Modebranche kennen. Darüber hinaus erwerben die Studierenden Wissen zu allen Belangen der nachhaltigen Gestaltung von textilen Supply Chains.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, die wichtigsten Methoden des Qualitätsmanagements anzuwenden. Die kennen alle relevanten Standards, Zertifikate und Initiativen zur Gewährleistung sozialer und ökologischer Mindeststandards.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden steigern ihre soziale Kompetenz durch Reflexion der sozialen und ökologischen Situation entlang der textilen Supply Chain.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erlernen die Analyse und Bewertung von Maßnahmen zur Qualitätssicherung sowie zur Sicherung von Sozial- und Umweltstandards in der Modebranche.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Rahmenbedingungen des Fashion Managements</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Qualitätsmanagement Managementsysteme des Qualitäts- und Umweltmanagement, ISO-Normen, EFQM (European Foundation for Quality Management), TQM (Total Quality Management), Gewährleistung der Erfüllung aller gesetzlichen Vorschriften, Auswirkungen des Global Sourcing auf das Qualitätsmanagement		
CSR in der Modebranche Grundlagen von Corporate Social Responsibility, Standards, Zertifikate und Initiativen: Ethical Trading Initiative (ETI), Fair Wear Foundation (FWF), Social Acoutability 8000 (SA8000), Zertifikat der World Fair Trade Organization, Flo Certified Cotton, Global Organic Textile Standard (GOTS), Textilbündnis des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
- Gossler, S.: Sustainable Supply Chain Management in der Bekleidungsindustrie: Notwendigkeit und Umsetzung eines ethischen Beschaffungsmanagements, Saarbrücken: Akademikerverlag

- Kern, J./Vogt, A.: Future. Fashion. Economics.: Der Guide für zukunftsorientiertes, verantwortungsbewusstes Wirtschaftsdanken in der Modebranche, Frankfurt a. M.: Deutscher Fachverlag
- Kromer, S.: Produktorientiertes Qualitätsmanagement des Einzelhandels, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag
- Schmitt, R./Pfeifer, T.: Qualitätsmanagement. Strategien, Methoden, Techniken, München: Hanser

## Warenspezifisches Autohausmanagement (W3BW\_HD332)

### Product-Specific Car Dealership Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Warenspezifisches Autohausmanagement	W3BW_HD332	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erkennen die spezifischen Problemstellungen in den Profitcentern des Autohandels und sie verstehen, welche betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge bei der Lösung dieser Probleme zu beachten sind. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis das angemessene System bzw. Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulinhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Warenspezifisches Autohausmanagement</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtsrahmen des Automobilhandels</li> <li>• Automobil-Vertriebspolitik</li> <li>• Betriebstypen des Automobilhandels – Marktdaten</li> <li>• Determinanten der Beschaffung, Lagerhaltung und des Vertriebs von Neufahrzeugen</li> <li>• Determinanten der Beschaffung, Lagerhaltung und des Vertriebs von Gebrauchtfahrzeugen</li> <li>• Determinanten der Beschaffung, Lagerhaltung und des Vertriebs von Ersatzteilen und Zubehör</li> <li>• Aufbau- und Ablauforganisation in den Betriebsbereichen</li> <li>• Finanzdienstleistungen auf Beschaffungs- und Absatzseite</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

- Brachat, H. (Hrsg.): Autohaus-Management 2015, Ottobrunn: Springer.
- Brachat, vom Heu, Menzel, Schinckel, Bongartz (Hrsg.): Autohaus-Service-Management 2015, Ottobrunn: Springer.
- Diez, W.: Automobil-Marketing, München: Vahlen.
- Diez, W./Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München: Springer.
- Diez, W./Stollenmaier, M.: Kostenmanagement mit Musterkostenrechnungen, Würzburg: Vogel-Business-Media.
- Ermschel, U.: Die Autohaus-Zukunft, München: Springer.
- Finkenberg, A.: Finanzierung & Leasing im Autohaus, München: Springer.
- Herrnberger, J.: Kennzahlengestützte Autohaussteuerung, München: Beck.
- Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen.

## Dienstleistungsspezifisches Autohausmanagement (W3BW\_HD333)

### Service-Oriented Car Dealership Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Dienstleistungsspezifisches Autohausmanagement	W3BW_HD333	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erkennen die spezifischen Problemstellungen der Dienstleistung im Automobilservice und sie verstehen, welche betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge bei der Lösung dieser Probleme zu beachten sind. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, für die spezifischen Problemstellungen der Dienstleistung im Automobilservice das angemessene System bzw. Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sie sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulinhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Dienstleistungsspezifisches Autohausmanagement	50,0	100,0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Größe, Bedeutung und Aufteilung des Marktes</li> <li>• Aufbau- und Ablauforganisation im Service</li> <li>• Service-Kernprozesse</li> <li>• Kostenrechnung im Automobilservice</li> <li>• Service-Marktforschung</li> <li>• Strategisches Service-Marketing</li> <li>• Operatives Service-Marketing</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

- Brachat, H. (Hrsg.): Autohaus-Management 2015, Ottobrunn: Springer.
- Brachat, vom Heu, Menzel, Schinckel, Bongartz (Hrsg.): Autohaus-Service-Management 2015, Ottobrunn: Springer.
- Diez, W.: Automobil-Marketing, München: Vahlen.
- Diez, W. /Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München: Springer.
- Diez, W./Stollenmaier, M.: Kostenmanagement mit Musterkostenrechnungen, Würzburg: Vogel-Business-Media.
- Ermschel, U.: Die Autohaus-Zukunft, München: Springer.
- Finkenberg, A.: Finanzierung & Leasing im Autohaus, München: Springer.
- Herrnberger, J.: Kennzahlengestützte Autohaussteuerung, München: Beck.
- Meffert, H./Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Gabler.
- Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen.

## Holz- und Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen der Holz-Betriebswirtschaft (W3BW\_HD334)

### Wood and Engineering Basics in Timber Business Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Holz- und Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen der Holz-Betriebswirtschaft	W3BW_HD334	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen fachlichen Einblick in die holz- und bautechnischen Grundlagen. Dadurch erwerben sie die Kompetenzen, um in der Kommunikation von der technisch ausgerichteten Produktionsbetrieben der Holzbe- und -verarbeitungsindustrie bis hin zu Architekten, Ingenieuren und Meisterbetrieben ein fachlich und sachlich kompetenter Ansprechpartner zu sein.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen sowie analytische und Problemlösungsfähigkeiten zur Bewertung von technischen Fragestellungen bezogen auf den konstruktiven und dekorativen Holz- und Baubereich und können diese fachlich auf die Bedürfnisse ihres Ausbildungsunternehmens übertragen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erwerben mit dem in diesem Modul vermittelten Fachwissen, die Kompetenz einer adäquaten Kommunikation mit Ingenieuren und dem Technikbereich. Gerade im sehr technisch orientierten Holzhandel ist es notwendig, die fachspezifischen Begriffe und Ausdrücke zu kennen und richtig einordnen zu können;
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden können ganzheitliche Beurteilungen von Frage- bzw. Problemstellungen bezüglich technischer orientierten Projekten im Holzbau- und sonstigen Bauprojekten vornehmen.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Holzartenbestimmung</b>	15,0	26,0
Taxonomie, Aufbau und Wachstum von Bäumen, Struktur von Nadel- Laubbäumen, Holzeigenschaften, Holzbestimmung und -verwendung;		
<b>Holz- und Bauphysik, Festigkeitslehre, Holzstatik, Holzschutz, Holz Trocknung</b>	25,0	43,0
Holz- und bauphysikalische Grundlagen, Feucht-, Wärme-, Schall- und Brandschutz; Grundlagen Holzhaus-Konstruktionen, konstruktiver Boden-, Wand-, Decken-, und Dachaufbau; Holztechnische Grundlagen, Holzstatik, Holzschutz, Holzfeuchte, Holz Trocknung, Holzschädlinge;		
<b>Darstellende Geometrie, Grundlagen maschineller Holzbearbeitung</b>	15,0	26,0
Grundbegriffe der darstellenden Geometrie, orthogonale Zweitafelprojektion, Axonometrie kotierte Projektion, Zentralperspektive, Schaubilder von Konstruktionen der Holztechnik in gebundener Perspektive, Technische Zeichnungen in der Holz- und Bautechnik, Konstruktions- und Ausführungspläne, Skizzen grundlegende Normen des technischen Zeichnens; Grundlagen der Spanungslehre: Begriffe, Vorspaltung, Gleichlauf-Gegenlauf, Schneidkeilgeometrie, Spandicke, Schnittkräfte und Schnittleistungen / Schneiden-Verschleiß, Nutzungsdauer, / Schneidwerkstoffe, Eigenschaften, Anwendungsbereiche, Werkzeuggestaltung zum Sägen, Zerspanen, Bohren und Schleifen, Baugruppen und Maschinenkonzepte zur Holzbe- und -verarbeitung, Beurteilung und Einstufung von Holzbearbeitungsmaschinen zum Sägen, Fräsen, Bohren, Hobeln und Schleifen		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

Vorlesungen des 1. Studienjahres

## Literatur

- Bablick, M.: Holz und Holzwerkstoffe, Oberflächenbehandlung und Schutz, München: DVA
- Deutsche Gesellschaft für Holzforschung (Hrsg): Holz-Brandschutz-Handbuch, Berlin: Ernst & Sohn
- Deutschen Institut für Bautechnik (Hrsg.): Holzschutzmittelverzeichnis, München: Beck
- DIN-Taschenbuch Holzwerkstoffe 1 und 2, Berlin: Beuth
- DIN-Taschenbuch Produktnormen für die Holzwirtschaft 1 und 2, Berlin: Beuth
- DIN-Taschenbuch: Sortierung von Holz und Holzwerkstoffen, Berlin: Beuth
- DRW Verlag (Hrsg): Holz-Lexikon, Leinfelden-Echterdingen: Weinbrenner
- Entwicklungsgemeinschaft Holzbau: Grundlagen des Schallschutzes, München: DGfH
- Entwicklungsgemeinschaft Holzbau: Schalldämmende Holzbalken- und Brettstapeldecken, München: DGfH
- Europa Lehrmittel: Haustüren, Haustüranlagen, Haan: Europa Verlag
- Europa Lehrmittel: Holztechnik Fachkunde, Haan: Europa Verlag
- Friedrich, W.: Tabellenbuch Holztechnik, Köln: Bildungsverlag eins
- Gösele, K./Schüle, W./Künzel, H.: Schall, Wärme, Feuchte, Wiesbaden: Bauverlag
- Grosser, D.: Pflanzliche und tierische Bau- und Werkholzschildlinge, Leinfelden-Echterdingen: Weinbrenner
- Lohmann, U.: Holz-Handbuch, Leinfelden-Echterdingen: Weinbrenner
- Meyer, H.: Holzbaukompendium "Konstruktionshilfen", Rottenburg (Wümme): Behrens-Wöhlk
- Müller, J.: Holzschutz im Hochbau, Stuttgart: Fraunhofer IRB
- Müller, R.: Das Türenbuch, Leinfelden-Echterdingen: Weinbrenner
- Porter T., Holz Bestimmen und Benutzen, Hannover: Vincentz Network
- Romeyn B. H.: The Wood Book, Köln: Taschen
- Trübswetter: Holz Trocknung: Verfahren zur Trocknung von Schnittholz - Planung von Trocknungsanlagen, München: Carl Hanser
- VOB Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen, Hannover: Fachinformation Bundesbau
- Wagenführ: Anatomie des Holzes, Leinfelden-Echterdingen: Weinbrenner
- Wagenführ/Scholz: Taschenbuch der Holztechnik, München: Carl Hanser
- ggf. aktuelle Literatur entsprechend der thematischen Ausrichtung

## Volks- und Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Holz-Betriebswirtschaft (W3BW\_HD335)

Economic, business and trade basics in timber business management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Volks- und Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Holz-Betriebswirtschaft	W3BW_HD335	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften fachlichen Eindruck in das Holzmarktgeschehen und in die Holzhandelspolitik. Sie erfahren, wie Holzmärkte aufgebaut und strukturiert sind und wie Unternehmen innerhalb dieser Branche strategisch und operativ agieren. Schließlich erlernen sie die operativen Unterschiede zwischen Außen- und Binnenhandel von Holzprodukten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Durch das Absolvieren dieses Moduls erwerben die Studierenden eine Kompetenz, die es ihnen ermöglicht, ihre Aufgaben in ihren jeweiligen Ausbildungsunternehmen strategisch zu verstehen und umzusetzen. Sie lernen kurz-, mittel- und langfristige Ziele zu setzen und diese auf die jeweilige Handlungsebene herunter zu brechen und operativ umzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Dieses Modul ermöglicht den Studierenden, die volkswirtschaftliche Position und Funktion ihres Unternehmens im Kontext des Gesamthandelsgeschehens von der lokalen bis zur globalen Ebene einzustufen und zu bewerten. Sie verstehen die wirtschaftspolitischen Gesamtzusammenhänge innerhalb der Holzbranche und die Bedeutung der einzelnen Interessensgruppen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz für eine Analyse des Holzmarktgeschehens sowie der sinnvollen Positionierung der eigenen Ausbildungsunternehmen im Hinblick auf die gesamte Wertschöpfungskette sowie der verschiedenen Märkte von der regionalen bis globalen Ebene.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Holzaußenhandel und Holzhandelspolitik</b>	25,0	50,0
Holzbinnenhandel, Holzaußenhandel, EUTR, Holzhandelspolitik, Wirtschafts- und Interessensverbände		
<b>Holzbetriebslehre und Holzmärkte</b>	25,0	50,0
Nationale und internationale Rahmenbedingungen, Märkte und Wettbewerb, Käuferverhalten, Innovationskraft der Branche, Unternehmensentwicklung, Betriebsführung, Mitarbeiterstruktur, Netzwerke, Partnerschaftsstrukturen, Produkt- und Dienstleistung		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

Grundlagen Holz-Vorlesungen des 2. Studienjahres

## Literatur

- Jahrmann, F.U.: Außenhandel, Herne: NWB
- Jahrmann, F.U.: Kompakt Training Außenhandel, Herne: NWB
- Kroth, W./Bartelheimer, P.: Holzmarktlehre, Oxford: Blackwell
- Peck, T.: The International Timber Trade, Cambridge: Woodhead
- Simon, H.: Profit durch Power Pricing, Frankfurt: Campus
- ggf. aktuelle Literatur entsprechend der thematischen Ausrichtung

## Technische und rechtliche Grundlagen der Holz-Betriebswirtschaft (W3BW\_HD336)

### Technical and Legal Basics in Timber Business Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Technische und rechtliche Grundlagen der Holz-Betriebswirtschaft	W3BW_HD336	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen fachlichen Einblick in die Holz- und bauphysikalischen Grundlagen einerseits, sowie das Holzrecht andererseits. Dadurch erwerben sie die Kompetenzen, um in der Kommunikation von den technisch ausgerichteten Produktionsbetrieben der Holzbe- und -verarbeitungsindustrie wie auch bei Kundenreklamationen oder im Austausch mit Sachverständigen, ein fachlich und sachlich kompetenter Ansprechpartner zu sein.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen sowie analytische und Problemlösungsfähigkeiten zur Bewertung von technischen und rechtlichen Fragestellungen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erwerben mit dem in diesem Modul vermittelten Fachwissen, die Kompetenz einer adäquaten Kommunikation mit Ingenieuren und dem Technikbereich einerseits, sowie mit Holz Sachverständigen andererseits. Gerade im sehr technisch orientierten Holzhandel ist es notwendig, die fachspezifischen Begriffe und Ausdrücke zu kennen und richtig einordnen zu können.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden können ganzheitliche Beurteilungen und rechtliche Bewertungen von Frage- bzw. Problemstellungen bezüglich technischer orientierten Projekten im Holzbau- und sonstigen Bauprojekten vornehmen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Holzwerk- und Baustoffe, Holz- und Bauelemente</b>	25,0	52,0
Holztüren, Holzfenster, Holzwerkstoffe, KVH, BSH, Duo- Triobalken, sonstiges Bauholz, Holzfassaden, Holzböden, Holzwände, Holzdecken, Holzzäune, und -pfähle, Holz im Garten, Carports		
<b>Grundlagen Holz- und Baurecht, VOB, Holznormung</b>	30,0	43,0
Gesetzliche Grundlagen, Grundlagen des Baurechts, der relevanten Normen und der VOB als Bauvertragsrecht, Reklamationsbearbeitung; Normenbezeichnungen, Normentypen, Normengeschichte, Entstehung, Ziel, nationale und internationale Normen;		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur,

<b>Voraussetzungen</b>
Vorlesungen des 1. Studienjahres

Literatur
- Bablick, M.: Holz und Holzwerkstoffe, Oberflächenbehandlung und Schutz, München: DVA

- DIN-Taschenbücher: Produktnormen, Berlin: Beuth
- DIN-Taschenbücher: Sortierung von Holz und Holzwerkstoffen, Holzwerkstoffe 1 und 2, Produktnormen für die Holzwirtschaft 1 und 2, Berlin: Beuth
- DRW Verlag (Hrsg): Holz-Lexikon, Leinfelden-Echterdingen: Weinbrenner
- Europa Lehrmittel: Haustüren, Haustüranlagen, Haan: Europa Verlag
- Europa Lehrmittel: Holztechnik Fachkunde, Haan: Europa Verlag
- Friedrich, W.: Tabellenbuch Holztechnik, Köln: Bildungsverlag eins
- Huckfeldt, W. (Hrsg): Holzfenster, München: Beck
- Lohmann, U.: Holz-Handbuch, Leinfelden-Echterdingen: Weinbrenner
- Peck, T. The International Timber Trade, Cambridge: Woodhead
- VOB Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen, Hannover: FIB
- Verband der Finnischen Forstindustrie (Hrsg): Handbuch für Finnisches Sperrholz, Lahti: Finnland
- ggf. aktuelle Literatur entsprechend der thematischen Ausrichtung

## Kalkulation, Marketing- und Vertriebsgrundlagen der Holz-Betriebswirtschaft (W3BW\_HD337)

### Calculation, Marketing and Sales in timber business management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Kalkulation, Marketing- und Vertriebsgrundlagen der Holz-Betriebswirtschaft	W3BW_HD337	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Den Studierenden werden grundlegende Elemente vermittelt, die für das Verkaufen von Produkten des Holzsektors notwendig sind. Dabei geht es um das Kennenlernen der verschiedenen Kundengruppen und der Marktteilnehmer mit ihren verschiedenen Strategien für das Marketing und Vertrieb sowie die Besonderheiten des Vertriebs im Holzbereich.
<b>Methodenkompetenz</b>	Durch das Absolvieren dieses Moduls erwerben die Studierenden eine Kompetenz, die es ihnen ermöglicht, ihre Aufgaben in ihren jeweiligen Ausbildungsunternehmen operativ zu verstehen und umzusetzen. Sie lernen kurz-, mittel- und langfristige Ziele zu setzen und diese auf die jeweilige Handlungsebene herunter zu brechen und operativ umzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Dieses Modul ermöglicht den Studierenden, die betriebswirtschaftliche Position und Funktion ihres Unternehmens im Kontext des Gesamthandelsgeschehens von der lokalen bis zur globalen Ebene einzustufen und zu bewerten. Sie verstehen die wirtschaftlichen Gesamtzusammenhänge innerhalb der Holzbranche und die Bedeutung der einzelnen Interessensgruppen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, marktpolitische Strategien zu verstehen und entwickeln zu können. Sie können die erworbenen Kenntnisse bei der strategischen Erweiterung bzw. Neupositionierung ihrer Unternehmen anwenden bzw. umsetzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Ausschreibungswesen, Prozesskalkulation, Auftragsakquise, Produktpräsentation in der Holzwirtschaft</b>	25,0	50,0
Verschiedene Kundengruppen und deren Anforderungen und Wünsche; Darstellung der verschiedenen Marktteilnehmer, der resultierenden Vertriebswege und von deren Strategien und Differenzierungen für die Holzwirtschaft.		
<b>Marketing und Vertrieb in der Holzwirtschaft</b>	25,0	50,0
Auftragsakquisition im Holzbereich, Besonderheiten des Ausschreibungswesens im Holzbereich; Prozesskalkulation, Optimale Präsentation von Holzprodukten im Vertrieb, Marktgestaltung, Fallstudie / Projekt zur optimalen Sortiments- und Produktpräsentation.		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

Vorlesungen des Wahlmoduls Holz-Betriebswirtschaft des 2. Studienjahres

### Literatur

- v. Geibler, K. (Hrsg.): Zukunftsmärkte für das Bauen mit Holz, Leinfelden-Echterdingen: Weinbrenner
- Hofbauer, G.: Professionelles Vertriebsmanagement, Erlangen: Publicis
- Homburg, C.: Sales Excellence, Wiesbaden: Gabler
- Kailing, V.: Praktische Preis- und Konditionenpolitik, Berlin: Springer
- Peck, T.: The International Timber Trade, Cambridge: Woodhead
- Simon, H: Profit durch Power Pricing, Frankfurt: Campus
- Sonnenholzer, C.: Die clevere Umsatzoffensive, Berlin: Springer
- Weis, C.: Verkaufsmanagement, Herne: NWB
- Winkelmann, P.: Marketing und Vertrieb, München: Oldenbourg
- Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, München: Vahlen
- ggf. aktuelle Literatur entsprechend der thematischen Ausrichtung

## Nachhaltigkeits- und Servicemanagement (W3BW\_HD338)

### Sustainability- and Service Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Nachhaltigkeits- und Servicemanagement	W3BW_HD338	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralf Oppermann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls nachhaltiges betriebswirtschaftliches Handeln sowie den Umgang mit Services beschreiben und in den betriebswirtschaftlichen Zusammenhang einordnen. Sie können Instrumente und Organisationsformen einer nachhaltigen Unternehmensführung sowie des Servicemanagements charakterisieren und anwendungsbezogen ausgestalten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zum Nachhaltigkeits- und Servicemanagement wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden problembezogen und ergebnisorientiert auswählen und anwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Nachhaltigkeits- und Servicemanagement</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Begriff und Besonderheiten von Dienstleistungen Dienstleistungsqualität Dienstleistungsproduktion Dienstleistungsmarketing Services als Wettbewerbsfaktor im Handel Grundlagen des Nachhaltigkeitsmanagements Nachhaltigkeitskonzepte in Unternehmen Sustainable Supply Chain Management Nachhaltige Kapitalbeschaffung Corporate Citizenship Nachhaltigkeitsmarketing Steuerung nachhaltiger Leistungen		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Baumast, A./Pape, J. (Hrsg.): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, Stuttgart: UTB
- Corsten, H./Gössinger, R.: Dienstleistungsmanagement, München, Wien: Oldenbourg
- Haller, S.: Dienstleistungsmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler
- Jonker, J./Stark, W./Tewes, S.: Corporate Social Responsibility und nachhaltige Entwicklung, Berlin, Heidelberg: Springer
- Meffert, H./Bruhn, M./Hadwich, K.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Springer Gabler
- Zentes, J./Swoboda, B./Foscht, T.: Handelsmanagement, München: Vahlen

## Abwicklung und Finanzierung im Internationalen Handel (W3BW\_HD339)

### Basics of International Trade

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Abwicklung und Finanzierung im Internationalen Handel	W3BW_HD339	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	In diesem Modul erhalten die Studierenden einen vertieften fachlichen Einblick in die operationalen Strukturen des internationalen Handels. Sie erlernen, wie die internationale Logistik und der Zahlungsverkehr im Ausland funktioniert, welche besonderen Dokumente für grenzüberschreitenden Handelsverkehr notwendig sind und welche Risiken bei Auslandsgeschäften bestehen. Des Weiteren erwerben sie einen vertieften Einblick in das internationale Finanzwesen, beginnend von den unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von Außenhandelsgeschäften bis hin zu einer Übersicht internationaler Kapitalmärkte. Schließlich sind die Studierenden in der Lage, den Anwendungsbereich der IFRS grundlegend zu verstehen und die Erfassungs- und Bewertungsmethoden anzuwenden.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach diesem Modul sollen die Studierenden das Wissen darüber besitzen, wie Außenhandel konkret durchgeführt wird. Sie können danach bereits innerhalb ihrer Unternehmen, verschiedene Arbeitsbereiche eigenverantwortlich planen und operativ umsetzen. In weiteren Bereichen erwerben sie einen fachlich inhaltlichen Überblick, um diejenigen Rahmenbedingungen zu kennen, um ein Unternehmen auch finanziell zu einem erfolgreichen Agieren im internationalen Kontext befähigt.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden lernen den Außenhandel in seiner operativen Umsetzung und seiner Pluralität besser kennen und verstehen. Sie vertiefen ihre jeweiligen Erkenntnisse, dass es sich beim internationalen Handel in Abgrenzung zum Binnenhandel um grundlegend verschiedene Marktsegmente handelt, die in allen betrachteten Bereichen ein Spezialwissen und darauf aufbauend eine unterschiedliche Handlungsweise bedarf. Des Weiteren lernen sie die Vorteile und Gestaltungsspielräume der IFRS einzuschätzen, sowie Entwicklungen im Umfeld der internationalen Rechnungslegung kritisch zu verfolgen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die Kompetenzen erworben, in einigen international agierenden Bereichsfeldern ihrer Ausbildungsunternehmen eigenverantwortlich zu agieren. Sie besitzen die Fähigkeit über komplexe grenzüberschreitende Themenbereiche sowohl mit unternehmensinternen Fachabteilungen, wie auch mit externen Institutionen respektive Dienstleistern in diskursiven Dialog zu treten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Internationale Handelsabwicklung</b>	<b>25,0</b>	<b>43,0</b>
Finanzwirtschaftliche Prozesse, Auslandszahlungsverkehr, Zahlungsbedingungen, Dokumenteninkasso, Dokumentenakkreditive, Risiko, Risikopolitik, Risikoarten, Transportversicherung, Ausfuhrkreditversicherung;		
<b>Internationale Finanzierung</b>	<b>30,0</b>	<b>52,0</b>
Traditionelle Formen der Außenhandelsfinanzierung, Euro-Geldmarkt, Zessionskredit, Factoring, Bankgarantien, Kredite über AKA, KfW; Forfaitierung, Leasing im Außenhandel;		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

Betriebswirtschafts-Vorlesungen des 1. Studienjahres

## Literatur

- Altmann, J.: Zahlungssicherung im Außenhandel, Köln: Bundesanzeiger
- Böttger, C-U./Winter, C.: Verkehrslehre des Außenhandels, Hamburg: Feldhaus
- Büter, C.: Außenhandel - Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen, Berlin: Springer
- Grünberger, D.: IFRS - Ein systematischer Praxis Leitfaden, Wien: LexisNexis
- Häberle, S.G.: Einführung in die Exportfinanzierung, München: Oldenbourg
- Hofmann et al.: Spedition und Logistik, Heft 3 Außenhandel, München: Beck
- Hisrich, R.D.: International Entrepreneurship, Los Angeles: Sage
- Jahrmann, F.U.: Außenhandel, Herne: NWB
- Kehr, H./Jahrmann, F.-U.: Außenhandel - Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft, Herne: NWB
- Keßler H./Reitmeyer T.: Internationale Handelsfinanzierung: Strategien für Auslandsinvestitionen und Handel, Wiesbaden: Gabler
- Kirsch, H.: Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, Herne: NWB
- Reuvid, J./Sherlock, J.: International Trade, London: Kogan
- Sperber, H./Sprink, J.: Internationale Wirtschaft und Finanzen, München: Oldenbourg
- Süchting, J.: Finanzmanagement - Theorie und Politik der Unternehmensfinanzierung, Wiesbaden: Gabler
- Tanski, J.: IFRS - Grundlagen der internationalen Rechnungslegung, München: Beck

## Betriebswirtschaftliche Relevanz internationaler Wirtschaftsbeziehungen (W3BW\_HD340)

### Advanced international trade

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Betriebswirtschaftliche Relevanz internationaler Wirtschaftsbeziehungen	W3BW_HD340	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	In diesem Modul werden den Studierenden weit über die grundlegenden volkswirtschaftlichen Seminare hinaus, makro- und mikroökonomisches Wissen über die Gründe des Außenhandels von Waren, Personen, Dienstleistungen und Kapital zwischen den verschiedenen Volkswirtschaften vermittelt mit dem Ziel, diese für die Stärkung des Internationalen Handelsanteils ihrer Unternehmen einzusetzen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach diesem abschließenden Modul verstehen die Teilnehmer, warum Außenhandel zwischen Volkswirtschaften überhaupt notwendig ist und durchgeführt wird. Dadurch werden ihnen die Gründe für die zunehmende internationale Verflechtung von Volkswirtschaften bewusst, samt deren Chancen und Risiken. Und Sie können die Chancen für die Unternehmen nutzen und Risiken für die Unternehmen vermeiden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden wissen nach Abschluss dieses Modul um die Gründe für den Außenhandel und können ihr Unternehmen somit besser in den Gesamtkontext des internationalen Handelsgeschehens einordnen und aktiv positionieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden einen Überblick über den Gesamtzusammenhang der internationalen Arbeitsteilung. Sie sind in der Lage zu beurteilen, wie internationale Handelsflüsse entstehen und wie die Verflechtung unterschiedlicher Volkswirtschaften funktioniert. Sie können globale Abhängigkeiten beurteilen und sogar die Entstehung von Krisen volkswirtschaftlich frühzeitig erkennen, abschätzen und für ihre Unternehmen nutzen bzw. daraus entstehende Risiken minimieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Internationale Wirtschaftsbeziehungen und deren Nutzung für Unternehmen</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Globalisierung der Weltwirtschaft, Theoretische Ansätze der Internationalisierung der Weltwirtschaft, Politik des Welthandels, Formen internationaler Wirtschaftsbeziehungen, Ländertypen und Gruppierungen, Steuerungsmechanismen der Weltwirtschaft, Formen regionaler Integrationsräume, Finanzielle Globalisierung, Optimale Währungsräume und die Europäische Währungsunion und deren jeweilige Nutzung für die Unternehmensinteressen über Internationalen Handel (Einkauf wie Verkauf)		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

Betriebswirtschaftsvorlesungen des 1. und 2. Studienjahres sowie Grundlagenvorlesung des internationalen Handels

### Literatur

- Dieckheuer, G.: Internationale Wirtschaftsbeziehungen, München: Oldenbourg
- Krugmann, P.: Economics, London: Pearson
- Maennig, W.: Außenwirtschaft, München: Vahlen
- Rübel, G.: Grundlagen der Außenwirtschaft, München: Oldenbourg
- Sell, A.: Einführung in die internationalen Wirtschaftsbeziehungen, München: Oldenbourg

## Organisation und Unternehmensführung im Internationalen Handel (W3BW\_HD341)

### Specialization International Trade

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Organisation und Unternehmensführung im Internationalen Handel	W3BW_HD341	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	In diesem Modul erhalten die Studierenden einen Einblick in die internationale Personal- und Unternehmensführung. Sie arbeiten dabei insbesondere heraus, welche strukturellen, organisatorischen und kulturellen Unterschiede bei der Führungsarbeit von Unternehmen und Personal in anderen Ländern und Kulturen zu beachten sind.
<b>Methodenkompetenz</b>	In diesem Modul lernen die Studierenden die Unterschiede im Führungs- und Personalbereich zwischen national und international agierenden Unternehmen kennen. Ihnen wird dabei insbesondere die Problematik bewusst, was es bedeutet, wenn Vorgesetzte und Angestellte nicht demselben Kulturkreis entstammen. Dabei werden Ansätze zu Lösung dieser Problematiken erarbeitet, die die Studierenden im beruflichen Alltag anwenden können.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erlangen grundlegende Erkenntnisse bei der internationalen Führungs- und Personalarbeit und können diese in den entsprechenden Abteilungen begleiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die Kompetenzen erworben, im international agierenden Personalbereich ihrer Ausbildungsunternehmen unterstützend zu agieren. Sie besitzen die Fähigkeit über komplexe grenzüberschreitende Themenbereiche sowohl mit unternehmensinternen Fachabteilungen, wie auch mit externen Institutionen respektive Dienstleistern in diskursiven Dialog zu treten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Internationale Organisation, Personal und Führung</b>	<b>20,0</b>	<b>35,0</b>
Internationale Unternehmensorganisation, Internationale Standortpolitik, Internationales Personalwesen und Arbeitsrecht, Internationale Unternehmensführung;		
<b>Internationale Unternehmensführung, Personalpolitik und Standortpolitik</b>	<b>35,0</b>	<b>60,0</b>
-		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für Klausur.

<b>Voraussetzungen</b>
Betriebswirtschafts-Vorlesungen des 1. Studienjahres

Literatur
- Dorfman, P./Hanges, P./Brodbeck, F.: Leadership and Cultural Variation, in: House, R. J. et al. (Hrsg.): Culture, Leadership, and Organizations - The GLOBE Study of 62 Societies, Los Angeles: Sage

- Klenk, T./Weyrauch, P./Haarmann, A.: Abkehr vom Korporatismus? Der Wandel der Sozialversicherungen im europäischen Vergleich, Bremen: Schriften des Zentrums für Sozialpolitik
- Lau, V./Hauptenthal, E.: HR Performance Management - Mitarbeiter beurteilen, vergüten und entwickeln, Stuttgart: Steinbeis
- Tillmann, M.: Personalrecht in Europa, München: Beck
- Ulrich, D.: Human Resource Champions - The Next Agenda for Adding Value and Delivering Results, Watertown: Harvard Business Review Press

## Nachhaltigkeit im Internationalen Handel (W3BW\_HD342)

### Advanced International Trade

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Nachhaltigkeit im Internationalen Handel	W3BW_HD342	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	In diesem Modul erwerben die Studierenden ein Grundverständnis für nachhaltig unternehmerisches Handeln im internationalen Kontext. Anhand einer differenzierten theoretischen Aufarbeitung der Nachhaltigkeitsthematik sowie konkreter praktischer Übungen, lernen die Teilnehmer die Bedeutung der drei Nachhaltigkeitssäulen (ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit) kennen. Sie erfahren dabei, die mittel- und unmittelbaren Auswirkungen ihres unternehmerischen Handelns von der lokalen bis zur globalen Ebene.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach diesem abschließenden Modul sollen die Studierenden ein Bewusstsein erlangen, dass jeder einzelne Mensch, konkret durch sein tägliches (unternehmerisches) Agieren darüber mitentscheidet, wie mit den begrenzten natürlichen Ressourcen umgegangen wird und wie lange sie uns noch zur Verfügung stehen. Die ökologischen, ökonomischen und sozialen Konsequenzen, die ihr Verhalten mit sich bringt, werden ihnen vor Augen geführt. Der Studierende erkennt dadurch, dass es keinesfalls unbedeutend ist, wie er innerhalb seines unternehmerischen (und privaten) Umfeldes bei seinen täglichen Entscheidungen agiert. Er erfährt, dass teilweise einfache und kleine Verhaltensanpassungen relevante ökologische, ökonomische und soziale Verbesserungen mit sich führen können.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sollen durch dieses Modul zu einem größeren Bewusstsein im täglichen Umgang mit den begrenzten Ressourcen wie Rohstoffe, Energie, Wasser, Lebensmittel etc. geführt. Er erhält Einblicke, wie er tagtäglich diese Ressourcen nachhaltig nutzen kann. Auch kann er durch das erworbene Wissen, konkret die Auswirkungen seiner unternehmerischen Entscheidungen auf seine ökonomische, ökologische und soziale Umwelt besser ermessen und sein Verhalten darauf einstellen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls begreift der Studierende die globalen Wirtschaftszusammenhänge nicht nur aus einer rein ökonomisch orientierten, sondern auch aus einer multidimensionalen nachhaltigen Perspektive. Er versteht, dass ein nachhaltiges Verhalten nicht nur den ökologischen und sozialen Bedürfnissen der Allgemeinheit dienlich ist, sondern mittel- bis langfristig auch den eigenen und unternehmerischen ökonomischen Interessen zum Vorteil gereicht.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Nachhaltigkeit im internationalen Handel</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Nachhaltigkeitsdefinition und Begriffsgeschichte der Nachhaltigkeit, Dimensionen der Nachhaltigkeit, Unternehmen und Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeit und Corporate Social responsibility, Internationale Problem- und Handlungsfelder der Nachhaltigkeit; Grundlagen des Nachhaltigkeitscontrolling, Umwelt-Controlling, Material- und Energie-Effizienz, Intelligentes Mobilitätsmanagement, Konkrete Behandlung ausgesuchter Themenfelder zur Nachhaltigkeit, wie: Nachhaltiger Einkauf und Vertrieb, Nachhaltiger Konsum.		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

Betriebswirtschaftsvorlesungen des 1. und 2. Studienjahres sowie Grundlagenvorlesung des internationalen Handels

### Literatur

- Aßländer, M./Senge, K. (Hrsg.): Corporate Social Responsibility im Einzelhandel, Köln: Metropolis
- Grunwald, A./Kopfmüller, J.: Nachhaltigkeit, Frankfurt a.M.: Campus
- Koplin, J.: Nachhaltigkeit im Beschaffungsmanagement, Berlin: Springer
- Steffen A.: World Changing, München: Kneesebeck
- Zentes, J./Bastian, J./Lehnert, F.: Handelsmonitor 2010: Strategien der Nachhaltigkeit, Frankfurt a.M.: People - Planet - Profit

## Kategorienspezifisches Vertriebsmanagement (W3BW\_HD343)

### Category-Specific Sales Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Kategorienspezifisches Vertriebsmanagement	W3BW_HD343	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden erkannt, dass Handel keine homogene Einheit darstellt, sondern individuelle Besonderheiten aufweist, die insbesondere aus der jeweiligen Kategorie resultieren. Die Studierenden können die in diesem Modul vermittelten wesentlichen Grundlagen und Besonderheiten eines kategorienspezifischen/branchenspezifischen Vertriebsmanagements darstellen, erläutern und einordnen. Sie erkennen die Bedeutung einer detaillierten, differenzierten Betrachtung des Vertriebsmanagements für den Markterfolg im Handel, können den Nutzen dieser bewerten und die gewonnene Erkenntnisse erfolgreich auf praxisrelevante Fragestellungen umsetzen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, die vermittelten Inhalte zum kategorienspezifischen Management wiederzugeben, reflexiv zu bewerten und kritisch zu analysieren. Sie erkennen dadurch die Relevanz der behandelten Themenbereiche für die Weiterentwicklung ihrer Unternehmen und können diese Kompetenz im inner- sowie außerbetrieblichen sozioökonomischen Kontext umsetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden analytische und entscheidungsorientierte Problemlösungsfähigkeiten in den ausgewählten Themenbereichen des kategorienspezifischen Vertriebsmanagements erworben. Dadurch lernen Sie, mit Unterschieden und Veränderungen in komplexen Situationen umzugehen. Sie haben spezifische berufsbefähigende Qualifikationen zur Bewältigung von strategischen und taktischen Aufgabenstellungen erworben. Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen gelingt es den Studierenden, Zielkonflikte und Dissonanzen sichtbar zu machen und zu lösen. Sie erwerben die Fähigkeit, stichhaltig und sachangemessen zu argumentieren. Sie können dem Lehrenden angemessen Feedback geben und mit kritischen Kommentaren über ihre eigene Leistung konstruktiv umgehen. Mit Fachvertretern und Laien können sie sich über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen austauschen. Sie haben ihre kritische Reflexionsfähigkeit verbessert und ihre Kommunikations- sowie Teamfähigkeiten weiter vertieft.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer zukünftigen Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Kategorienspezifisches Vertriebsmanagement</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
<p>Differenzierung nach Kategorien, global in Investitionsgüter und Konsumgüter, konzentriert in Fast Moving Consumer Goods (FMCG), Periodically Changing Goods (PCG), Commodities und Do-It-Yourself (DIY) und Dienstleistungen (DS) und/oder detailliert nach Einzelbranchen (Drogerie, Lebensmittel, Fashion, Möbel, Freizeit, Baumärkte, etc.) mit jeweils einer Auswahl aus folgenden Themenbereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Vertriebsstrategien: Aufbau von Distributionssystemen, Distributionsgrade, Multichannel-Marketing, Vertriebskooperationen, Franchising, Management von Distributionssystemen, Marketing-Logistik, Redistribution, ausgewählte Aspekte des Vertriebs- und Verkaufsmanagements z.B. Kundenerwartungen und Kundenzufriedenheit, Beschwerdemanagement, Markenführung</li><li>- B2C Management im stationären Handel: Standortfaktoren und Standortstrategien im stationären Handel, Space-Management, Visual Merchandising, Multisensuales Marketing, Kundenakquisitionsstrategien, Verkaufspsychologie, Verkaufsförderung, Kundenbindungsstrategien, Loyalitätsprogramme, Customer Relationship Management, aktuelle Entwicklungen</li><li>- B2C Management im Distanzhandel: Besonderheiten des Distanzhandels, Kundenakquisitionsstrategien, Verkaufsförderung, E-Commerce, Mobile-Commerce, Customer Relationship Management, Kundenbindungsstrategien, Loyalitätsprogramme, aktuelle Entwicklungen</li><li>- B2B Management: Besonderheiten des B2B Managements, Verhalten gewerblicher Käufer, Kundenakquisitionsstrategien, Besonderheiten des B2B Marketing, Kundenwert und Kundenwertkonzepte, Key Account Management, Kundenbindungsstrategien im B2B-Handel, aktuelle Entwicklungen</li><li>- Aktuelle nationale und internationale Entwicklungen im Vertrieb: z.B. Empfehlungsmarketing, Social Marketing, Vertikalisierung, Kategorie-Killer</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Optionale Einbindung von Dualen Auslandsprogrammen sowie Handelsexkursionen
Weiterer Modulverantwortlicher: Lehmeier, Prof. Peter; Karlsruhe
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

## Literatur

<p>Empfohlene Lehrbücher entsprechend der thematischen Ausrichtung, jeweils in der neuesten Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ahlert, D.: Internet &amp; Co. im Handel: Strategien, Geschäftsmodelle, Erfahrungen, Berlin, Heidelberg u.a.: Springer</li><li>- Ahlert, D./Kenning, P.: Handelsmarketing Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben, Berlin, Heidelberg: Springer</li><li>- Bormann, I./Hurth, J.: Hersteller- und Handelsmarketing, Herne: Kiehl</li><li>- Hudetz, K. (Hrsg.): E-Commerce im Handel: Status quo und Perspektiven, Gernsbach: Deutscher Betriebswirte-Verlag</li><li>- Jäger, R.: Multi-Channel im stationären Einzelhandel: Ein Überblick, Wiesbaden: Springer Gabler</li><li>- Kollwe, T./Keukert, M.: Praxiswissen E-Commerce, Heidelberg: O'Reilly.</li><li>- Lotzkat, L.: Konkurrenzvorteile am Point-of-Sale: Möglichkeiten der Erfassung, Bewertung und Folgenabschätzung, Wiesbaden: Springer Gabler</li><li>- Mattmüller, R. (Hrsg.): Versandhandelsmarketing: marktorientiertes Management einer Wachstumsbranche, Frankfurt/M.: Deutscher Fachverlag</li><li>- Mattmüller, R., Tunder, R.: Strategisches Handelsmarketing, München: Vahlen</li><li>- Müller-Hagedorn, L.: Handelsmarketing, Stuttgart: Kohlhammer</li><li>- Pepels, W.: Lexikon Vertriebsmanagement, Düsseldorf: Symposion Publishing</li><li>- Pepels, W./Birker, K.: B2B-Handbuch general management : Unternehmen marktorientiert steuern, Düsseldorf : Symposion-Publishing</li><li>- Pförtsch, W./Schmid, M.: B2B-Markenmanagement: Konzepte, Methoden, Fallbeispiele, München: Vahlen</li><li>- Riekhof, H.-C.: Retail Business Perspektiven, Strategien, Erfolgsmuster Mit Fallstudien und Praxisbeispielen, Wiesbaden: Gabler</li><li>- Schenk, H.-O.: Psychologie im Handel: Entscheidungsgrundlagen für das Handelsmarketing, München, Wien: Oldenbourg</li><li>- Schneider, W.: Marketing und Käuferverhalten, München, Wien: Oldenbourg</li><li>- Schröder, H.: Handelsmarketing, Methoden und Instrumente für den stationären Einzelhandel und für Online-Shops Mit Praxisbeispielen, Wiesbaden: Gabler</li><li>- Schwertfeger, M.: Einkaufserlebnisse im Handel: Theoretische Konzeption und empirische Analyse, Wiesbaden: Springer Gabler</li><li>- Theis, H.-J.: Handbuch Handels-Marketing Erfolgreiche Strategien und Instrumente im E-Commerce, Frankfurt/M.: Deutscher Fachverlag</li><li>- Toth, A.: Die Beziehung zwischen Einkaufserlebnis und Preiszufriedenheit Eine Studie im Handel, Wiesbaden: Springer Gabler</li><li>- Tscheulin, D. (Hrsg.): Branchenspezifisches Marketing : Grundlagen - Besonderheiten - Gemeinsamkeiten, Wiesbaden: Gabler</li><li>- Zentes, J. (Hrsg.): B2B-Handel: Perspektiven des Groß- und Außenhandels, Frankfurt/M.: Deutscher Fachverlag</li><li>- Zentes, J./Tietz, B./Liebmann, H.-P. (Hrsg.): Innovative Geschäftsmodelle und Geschäftsprozesse im Großhandel, Frankfurt/M.: Deutscher Fachverlag</li></ul>
--

## Kategorienspezifisches Business und Human Resource Development (W3BW\_HD344)

### Category-specific Business and HR Development

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Kategorienspezifisches Business und Human Resource Development	W3BW_HD344	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden erkannt, dass Handel keine homogene Einheit darstellt, sondern individuelle Besonderheiten aufweist, die insbesondere aus der jeweiligen Kategorie resultieren. Die Studierenden haben einen fachlichen Einblick in die Potentiale und Grenzen von Business und Human Resource Development im Handel speziell gewonnen und sind in der Lage, die sich aus den Kategorien ergebenden Besonderheiten in der Praxis zu verstehen und handzuhaben.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, die vermittelten Inhalte zum Business und Human Resource Development generell und kategorienspezifisch speziell wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden, Techniken bzw. Modelle problembezogen und ergebnisorientiert auswählen, anwenden und beurteilen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden gelernt, mit Unterschieden und Veränderungen in komplexen Situationen umzugehen. Sie haben spezifische berufsbefähigende Qualifikationen zur Bewältigung von strategischen und taktischen Aufgabenstellungen erworben und sind in der Lage, die eigenen Führungsfähigkeiten kritisch zu bewerten und weiterzuentwickeln. Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen gelingt es den Studierenden, eigenes und fremdes Führungsverhalten sowie die damit verbundenen Auswirkungen besser zu verstehen und dadurch situativ angemessene Maßnahmen und Lösungen zu entwickeln.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden Verständnis für die übergreifenden Zusammenhänge und Prozesse erworben. Sie erkennen die Spannungen zwischen Unternehmenszielen und den Zielen der beteiligten Akteure. So lernen sie auch Eigenverantwortung zu übernehmen. Sie entwickeln ein Gefühl, die Anwendbarkeit und den Nutzen von Theorien in der Praxis kritisch zu hinterfragen und einschätzen zu lernen. Sie sind dadurch befähigt, erfolgreich situationsangemessene Strategien zu entwickeln, mit denen Handelsunternehmen kategorienspezifisch zielorientiert agieren zu können.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Kategorienspezifisches Business und Human Resource Development</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<p>Differenzierung nach Kategorien, global in Investitionsgüter und Konsumgüter, konzentriert in Fast Moving Consumer Goods (FMCG), Periodically Changing Goods (PCG), Commodities und Do-It-Yourself (DIY) und Dienstleistungen (DS) und/oder detailliert nach Einzelbranchen (Drogerie, Lebensmittel, Fashion, Möbel, Freizeit, Baumärkte, etc.) mit jeweils einer Auswahl aus folgenden Themenbereichen: (Anzahl und Umfang können variieren).</p> <p>- Business Development: Weiterentwicklung bestehender Geschäftsfelder, Generierung, Bewertung und Implementierung von neuen Wachstumsfeldern, Business Development-Bedarf, Kernkompetenzen und -fähigkeiten, strategische Ausrichtungen u.a. leistungsbezogen (z.B. Eigenmarken, neue Produkte, neue Sortimente, neue Märkte, neue Geschäftsmodelle), prozessbezogen (z.B. Kundeneinbindung, Prozesse, Kooperationen), wertebezogen (z.B. Nachhaltigkeit, Social Responsibility), Megatrends (z.B. Digitalisierung)</p> <p>- Human Resource Development: Psychologische Grundlagen, Führungs- und Persönlichkeitskompetenzen, Leadership, Mitarbeitermotivation und -bindung, Employer Branding, Personal- und Organisationsentwicklung, Konfliktmanagement, spezifische Themen aus der Führung</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Weiterer Modulverantwortlicher: Lehmeier, Prof. Peter; Karlsruhe
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

## Literatur

- Empfohlene Lehrbücher entsprechend der thematischen Ausrichtung, jeweils in der neuesten Auflage:
- Böttcher, F.: Handelsmarken und Retail Brands: Einfluss ausgewählter Handelsmarkenstrategien auf die Markenstärke des Händlers im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, Oestrich-Winkel: Univ., Diss.
  - Bruhn, M. (Hrsg.): Handelsmarken: Zukunftsperspektiven der Handelsmarkenpolitik, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
  - Donhauser, J.: Erfolgsfaktoren und Strategieansätze im europäischen Retail Business, Berlin: Pro Business
  - Flato, E./Reinbold-Scheible, S.: Die 120 besten Checklisten zur Personalentwicklung – Planung, Durchführung und Controlling, München: mi-Wirtschaftsbuch
  - Jochmann, W./Gechter, S.: Strategisches Kompetenzmanagement, Berlin, Heidelberg: Springer
  - Kohne, A.: Business Development Kundenorientierte Geschäftsfeldentwicklung für erfolgreiche Unternehmen, Wiesbaden: Springer Vieweg
  - Lorenz, M./Rohrschneider, U.: Praxishandbuch Mitarbeiterführung Grundlagen – Führungstechniken – Gesprächsleitfäden, München: Haufe-Lexware
  - Matuszek, G.: Management der Nachhaltigkeit, Wiesbaden: Springer Gabler
  - Oppermann-Weber, U.: Handbuch Führungspraxis: Führung, Führungskräfte, Führungskompetenzen; Organisation der Bereiche der Mitarbeiterführung; Zielvereinbarungen, Motivation und Delegation, Berlin: Cornelsen
  - Riekhof, H.-C. (Hrsg.): Retail Business in Deutschland Perspektiven, Strategien, Erfolgsmuster, Wiesbaden: Gabler
  - Rosenstiel, L. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
  - Rosenstiel, L./Nerdinger, F.: Grundlagen der Organisationspsychologie: Basiswissen und Anwendungshinweise, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
  - Scheelen, F./Bigby, D.: Kompetenzorientierte Unternehmensentwicklung, Erfolgreiche Personalentwicklung mit Kompetenzdiagnostiktools, München: Haufe-Lexware
  - Scherm, M. (Hrsg.): 360-Grad-Beurteilungen: Diagnose und Entwicklung von Führungskompetenzen, Göttingen, Bern, Wien: Hogrefe
  - Simon, W.: GABALS großer Methodenkoffer Persönlichkeitsentwicklung, Offenbach: Gabal
  - Zaari Jabri, A.: Handelsmarken: Grundlagen, Strategien, Bewertung, Wachstumsmöglichkeiten, Saarbrücken: VDM-Verlag Müller
  - Zentes, J./Bastian, J./Lehnert, F.: HandelsMonitor 2010 Strategien der Nachhaltigkeit: People, Planet, Profit, Frankfurt/M.: Deutscher Fachverlag

## Kategorienspezifisches Innovationsmanagement (W3BW\_HD345)

### Category-Specific Innovation Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Kategorienspezifisches Innovationsmanagement	W3BW_HD345	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden erkannt, dass Handel keine homogene Einheit darstellt, sondern individuelle Besonderheiten aufweist, die insbesondere aus der jeweiligen Kategorie resultieren. Sie haben einen fachlichen Einblick in das Innovationsmanagement im Handel gewonnen. Sie erkennen die Bedeutung einer systematischen Generierung und Implementierung, können ihren Nutzen bewerten und auf praxisrelevante Fragestellungen anwenden.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, die vermittelten Inhalte zum Innovationsmanagement generell und kategorienspezifisch speziell wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden, Techniken bzw. Modelle problembezogen und ergebnisorientiert auswählen, anwenden und beurteilen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden erkannt welche Rahmenbedingungen Kreativität fordert und gelernt, eigene Kreativität zu entwickeln. Sie erwerben damit berufsbefähigende Qualifikationen zur Bewältigung von strategischen Aufgabenstellungen. Sie erleben Kreativität als Impulsgeber für Weiterentwicklungen und Innovationen. Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen gelingt es den Studierenden, Zielkonflikte und Dissonanzen sichtbar zu machen und zu lösen. Sie erwerben die Fähigkeit, ihre persönlichen bzw. unternehmensspezifischen Schwerpunkte reflexiv zu vertiefen und kritisch zu analysieren. Sie erkennen dadurch die Relevanz der behandelten Themenbereiche für die Weiterentwicklung ihrer Unternehmen und können diese Kompetenz im inner- sowie außerbetrieblichen sozioökonomischen Kontext umsetzen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden Verständnis für die übergreifenden Zusammenhängen und Prozessen erworben. Sie entwickeln ein Gefühl, die Anwendbarkeit und den Nutzen von Theorien in der Praxis kritisch zu hinterfragen und so einschätzen zu lernen. Sie sind dadurch befähigt, erfolgreich Kreativität und darauf aufbauend Strategien zu entwickeln, mit denen Handelsunternehmen kategorienspezifisch zielorientiert agieren zu können.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Kategorienspezifisches Innovationsmanagement</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
<p>Differenzierung nach Kategorien, global in Investitionsgüter und Konsumgüter, konzentriert in Fast Moving Consumer Goods (FMCG), Periodically Changing Goods (PCG), Commodities und Do-It-Yourself (DIY) und Dienstleistungen (DS) und/oder detailliert nach Einzelbranchen (Drogerie, Lebensmittel, Fashion, Möbel, Freizeit, Baumärkte, etc.) mit jeweils einer Auswahl aus folgenden Themenbereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Flexible Creativity: Rahmenbedingungen für Kreativität, Kreativitätstechniken, Ideenmanagement, Innovationstreiber, Innovationsmanagement</li><li>- Strategische Erfolgsfaktoren für Innovationsmanagement: Ermittlung von Erfolgsfaktoren, Innovationskultur, Kundeneinbindung, Analyse ausgewählter Branchen im nationalen und internationalen Kontext (praxisbezogene Projekte), besondere Branchensituationen und Strategieoptionen</li><li>- Change Management: Strategische Ansätze, Widerstände, Erfolgsfaktoren, Implementierung</li><li>- Quality Management: Qualitätsmanagementsysteme, ISO-Normen, EFQM, TQM, Balanced Score Card, Einflussfaktoren auf das Qualitätsmanagement, Beschwerdemanagement, aktuelle Entwicklungen (z.B. Plagiate, Markenpiraterie)</li><li>- Entwicklungstendenzen: Markt- und branchenspezifische Trends, nationale Unterschiede, Entwicklungstendenzen in den Rahmenfaktoren von Handel bzw. Dienstleistungen</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
weiterer Modulverantwortlicher: Lehmeier, Prof. Peter; Karlsruhe Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

## Literatur

<p>Empfohlene Lehrbücher entsprechend der thematischen Ausrichtung, jeweils in der neuesten Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Brem, A./Brem, S.: Kreativität und Innovation im Unternehmen: Methoden und Workshops zur Sammlung und Generierung von Ideen, Stuttgart: Schäffer-Poeschel</li><li>- Bruhn, M.: Qualitätsmanagement im Handel, Bern, Stuttgart u.a.: Haupt</li><li>- Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management: den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt/M. u.a.: Campus</li><li>- Hauschildt, J./Salomo, S./Schultz, C./Kock, A.: Innovationsmanagement, München: Vahlen</li><li>- Johansson, B.: Kreativität und Marketing: die Anwendung von Kreativitätstechniken im Marketingbereich, Bern u.a.: Lang</li><li>- Neckel, H.: Modelle des Ideenmanagements: Intuition und Kreativität unternehmerisch nutzen, Stuttgart: Klett-Cotta</li><li>- Pfeifer, T. (Hrsg.): Handbuch Qualitätsmanagement, München:</li><li>- Hanser Rank, S. (Hrsg.): Change Management in der Praxis: Beispiele, Methoden, Instrumente, Berlin: Schmidt</li><li>- Schlicksupp, H.: Innovation, Kreativität und Ideenfindung, Würzburg: Vogel</li><li>- Schmitt, R./Pfeifer, T.: Qualitätsmanagement Strategien – Methoden – Techniken, München: Hanser</li></ul>
---

## Kategorienspezifische Rahmenbedingungen und Steuerungsinstrumente (W3BW\_HD346)

### Category-specific Framework and Controlling

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Kategorienspezifische Rahmenbedingungen und Steuerungsinstrumente	W3BW_HD346	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden erkannt, dass Handel keine homogene Einheit darstellt, sondern individuelle Besonderheiten aufweist, die insbesondere aus der jeweiligen Kategorie resultieren. Die Studierenden haben einen fachlichen Einblick in die Rahmenbedingungen und Steuerungsinstrumente im Handel gewonnen und sind in der Lage, die sich aus den Kategorien ergebenden Besonderheiten in der Praxis zu verstehen und handzuhaben.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, die vermittelten Inhalte zu den Rahmenbedingungen und Steuerungsinstrumente generell und kategorienspezifisch speziell wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden, Techniken bzw. Modelle problembezogen und ergebnisorientiert auswählen, anwenden und beurteilen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden gelernt, mit Unterschieden und Veränderungen in komplexen Situationen umzugehen. Sie haben spezifische berufsbefähigende Qualifikationen zur Bewältigung von strategischen und taktischen Aufgabenstellungen erworben. Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen gelingt es den Studierenden, Zielkonflikte und Dissonanzen sichtbar zu machen und zu lösen. Sie erwerben die Fähigkeit stichhaltig und sachangemessen zu argumentieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden Verständnis für die übergreifenden Zusammenhängen und Prozessen erworben. Sie entwickeln ein Gefühl, die Anwendbarkeit und den Nutzen von Theorien in der Praxis kritisch zu hinterfragen und so einschätzen zu lernen. Sie sind dadurch befähigt, erfolgreich Strategien zu entwickeln, mit denen Handelsunternehmen kategorienspezifisch zielorientiert agieren zu können.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Kategorienspezifische Rahmenbedingungen und Steuerungsinstrumente</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<p>Differenzierung nach Kategorien, global in Investitionsgüter und Konsumgüter, konzentriert in Fast Moving Consumer Goods (FMCG), Periodically Changing Goods (PCG), Commodities und Do-It-Yourself (CDIY) und Dienstleistungen (DS) und/oder detailliert nach Einzelbranchen (Drogerie, Lebensmittel, Fashion, Möbel, Freizeit, Baumärkte, etc.) mit jeweils einer Auswahl aus folgenden Themenbereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Rahmenbedingungen und ihre kategorienspezifischen Auswirkungen: gesamtwirtschaftliche Faktoren, politische und rechtliche Faktoren, technologische Faktoren, ökologische Faktoren, demographische und sozio-kulturelle Faktoren, Trends und Erfolgsfaktoren</li><li>- Steuerungsinstrumente und ihre kategorienspezifische Eignung: Business-Pläne, Marketing-Pläne, Kennzahlen und Kennzahlensysteme, Kostenrechnungssysteme, Kundenwert und Kundenwertkonzepte, Loyalitätsprogramme, Programmbudget, Liquidität, Reporting, Forecasting, Rating, Customer Segmentation, Customer Relationship Management (CRM), Category Management, Balance Scorecard, Bench-marking, Six Sigma, Change Management, Strategisches Management, Wertorientiertes Management, Total Quality Management und EFQM, Restrukturierung, Lean Management, Simultaneous Engineering, Business Process Reengineering, KVP und Kaizen, Asset Management</li><li>- Strategien und ihre kategorienspezifische Eignung: Besondere Branchensituationen und Strategieoptionen (z.B. Wettbewerbsstrategien, Verdrängungsstrategien, Verteidigungsstrategien, Internationalisierungsstrategien), Analyse im nationalen und internationalen Kontext (praxisbezogene Projekte)</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
weiterer Modulverantwortlicher: Lehmeier, Prof. Peter; Karlsruhe
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

## Literatur

<p>Empfohlene Literatur entsprechend der thematischen Ausrichtung, jeweils in der neuesten Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ahlert, D. (Hrsg.): Informationssysteme für das Handelsmanagement: Konzepte und Nutzung in der Unternehmenspraxis, Berlin: Springer</li><li>- Bauer, H. (Hrsg.): Erfolgsfaktoren der Markenführung: Know-how aus Forschung und Management, München: Vahlen</li><li>- Becker, J./Winkelmann, A.: Handelscontrolling Optimale Informationsversorgung mit Kennzahlen, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler</li><li>- Bruhn, M.: Qualitätsmanagement für Dienstleistungen: Grundlagen, Konzepte, Methoden, Berlin, Heidelberg u.a.: Springer</li><li>- Bruhn, M.: Relationship Marketing: das Management von Kundenbeziehungen, München: Vahlen</li><li>- Ebeling, C.: Erfolgsfaktoren einer wertorientierten Unternehmensführung, Wiesbaden: DUV</li><li>- Emrich, C.: Interkulturelles Management: Erfolgsfaktoren im globalen Business, Stuttgart: Kohlhammer</li><li>- Gelbrich, K./Wünschmann, S./Müller, S.: Erfolgsfaktoren des Marketing, München: Vahlen</li><li>- Gleißner, W. (Hrsg.): Wertorientiertes Risiko-Management für Industrie und Handel: Methoden, Fallbeispiele, Checklisten, Wiesbaden: Gabler</li><li>- Graßhoff, J. (Hrsg.): Handelscontrolling: neue Ansätze aus Theorie und Praxis zur Steuerung von Handelsunternehmen, Hamburg: Kovac</li><li>- Krafft, M.: Kundenbindung und Kundenwert, Kiel, Univ., Habil.-Schr.</li><li>- Löw, G. (Hrsg.) Die heimlichen Siegerbranchen : Chancen, Risiken, Erfolgsfaktoren, Frankfurt/M.: Frankfurter Allgemeine</li><li>- Mahnik, N./Mayerhofer, W.: Erfolgsfaktoren von Markenerweiterungen, Wiesbaden: DUV</li><li>- Romeike, F./Hager, P.: Erfolgsfaktor Risiko-Management 3.0: Methoden, Beispiele, Checklisten. Praxishandbuch für Industrie und Handel, Wiesbaden: Springer Gabler</li></ul>
---

## Funktionen des Konsumgüterhandels (W3BW\_HD347)

### Business Functions for Trading with Consumer Goods

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Funktionen des Konsumgüterhandels	W3BW_HD347	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralph Scheubrein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können Funktionen des Handels mit Konsumgütern benennen, beschreiben, erklären und bewerten. Sie können dies auf allgemeiner, theoretischer Ebene und insbesondere in der praktischen Anwendung auf die Unternehmenspraxis.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, vertiefende Kenntnisse auch zu bewerten. Sie können betriebswirtschaftliche Instrumente erklären und anwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erlangen vertiefendes Wissen im Verstehen und Behandeln von Kunden.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, erlangtes Wissen anderer und besonders branchenbezogener Module anzuwenden.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Funktionen des Konsumgüterhandels</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Basisfunktionen: Multisensuales Marketing, Kommunikationspolitik, Preismanagement, Handelslogistik		
Strategische Funktionen: Marken-Management, Nachhaltigkeit in der Führung, Digitale Geschäftsmodelle		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
- Ahlert, D./Kenning, P.: Handelsmarketing – Grundlagen der marktorientierten Führung von Handelsbetrieben, Berlin: Springer
- Chopra, S./Meindl, P.: Supply Chain Management, Hallbergmoos: Pearson
- Becker, J./Winkelmann, A.: Handelscontrolling – Optimale Informationsversorgung mit Kennzahlen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Gudehus, T.: Logistik (Band 1 und 2), Berlin: Springer
- Lerchenmüller, M.: Handelsbetriebslehre, Herne: NWB
- Schwertfeger, M.: Handelsmarkenmanagement, Wiesbaden: Springer Gabler
- Theis, H.-J.: Handbuch Handelsmarketing 3 – Strategien und Instrumente der Handels-Marktforschung, Frankfurt a.M.: Deutscher Fachverlag
- Zweifel, P./Heller, R. H.: Internationaler Handel, Heidelberg: Physica

## Management des Konsumgüterhandels (W3BW\_HD348)

### Management of Trading with Consumer Goods

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Management des Konsumgüterhandels	W3BW_HD348	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralph Scheubrein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertiefenden fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche des Handelsmanagements wie Strategien im Handel.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, ihre persönlichen bzw. unternehmensspezifischen Schwerpunkte zu vertiefen und kritisch zu analysieren.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen sowie analytische und Problemlösungsfähigkeiten des Handelsmanagements.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls sind die Studierenden befähigt, kontextgerechte Strategien zu entwickeln und zu bewerten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Management des Konsumgüterhandels</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Management der Supply Chain: Integrationsstrategien des Konsumgüterhandels, Unternehmensentwicklung, Konzentration und Integration im Handel (Ursachen, Formen, Wirkungen)		
Management der Warengruppen: Management von Warengruppen, Preisen, Marken und der Verkaufsförderung, Beschaffungsmanagement		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
- Müller-Hagedorn u.a.: Der Handel, Stuttgart: Kohlhammer
- Rudolph, T.: Modernes Handelsmanagement, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel
- Sattler, H./Völckner, F.: Markenpolitik, Stuttgart: Kohlhammer
- Swoboda, B.: HandelsMonitor Retail Branding – Handelsunternehmen als Marken, Frankfurt a.M.: Deutscher Fachverlag
- Zentes, J. u.a.: Handelsmanagement, München: Vahlen

## Chancen- und Risikomanagement im Konsumgüterhandel (W3BW\_HD349)

### Opportunity and Risk Management of Trading with Consumer Goods

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Chancen- und Risikomanagement im Konsumgüterhandel	W3BW_HD349	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralph Scheubrein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden wenden in diesem Modul komplexes einschlägiges Wissen an und sind in der Lage, Innovationsprozessen im Handel zu erklären. Anpassungs- und Weiterentwicklungsbedarfe werden im Kontext untersucht.
<b>Methodenkompetenz</b>	Mit den Kenntnissen dieses Moduls erlangen die Studierenden die Fähigkeit, Veränderungen im Unternehmen nachhaltig und ganzheitlich einzuordnen, zu bewerten und zu unterstützen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden entwickeln wesentliche Kenntnisse und Fertigkeiten für Aufgaben als Fach- und Führungskräfte.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erlangen Wissen über die Abgrenzung von täglicher Führungsarbeit und Unterstützung der Unternehmensentwicklung.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Chancen- und Risikomanagement im Konsumgüterhandel</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Innovationen im Konsumgüterhandel: Innovationsmanagement allgemein und im Konsumgüter-Handel, Innovationstreiber, Change Management, Instrumente der Wertschöpfung, Expansion, Omni-Channel-Handel  Ertragsstrategien des Konsumgüterhandels: Produktivitätssteigerung, Prozessmanagement, Integriertes Wertschöpfungsmanagement (ECR), Customer Relationship Management (CRM)		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, München: Vahlen</li> <li>- Grewe, G.: Handelsmarken und Marktdurchdringung – Ursachen und Auswirkungen auf den Konsumgüterhandel, Lohmar: Eul</li> <li>- Hauschildt, J. u.a.: Innovationsmanagement, München: Vahlen</li> <li>- Pfohl, H.-C.: Risiko- und Chancenmanagement in der Supply Chain, Berlin: Erich Schmidt</li> <li>- Romeike, F./Hager, P.: Erfolgsfaktoren Risiko-Management 3.0 – Praxishandbuch für Industrie und Handel, Wiesbaden: Springer</li> <li>- Theis, H.-J.: Handelsmarketing Bd. 1 – Erfolgreiche Strategien und Instrumente im Handelsmarketing, Frankfurt a.M.: Deutscher Fachverlag</li> </ul>

## Trends im Konsumgüterhandel (W3BW\_HD350)

### Trends in Trading Consumer Goods

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Trends im Konsumgüterhandel	W3BW_HD350	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralph Scheubrein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertiefenden fachlichen Einblick in handelspezifische Trends (Konsumenten, Technologien, Betriebsformen, Märkte) und können Entwicklungen bewerten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erkennen die Bedeutung von Trends für die Entwicklung von Unternehmen und können diese Kompetenz im inner- sowie außerbetrieblichen sozioökonomischen Kontext umsetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen sowie analytische und Problemlösungsfähigkeiten zur Bestimmung von Trends.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, die Entwicklungen in den Rahmenbedingungen des Handels zu identifizieren und die Auswirkungen von nationalen und internationalen markt- und branchenspezifischen Trends zu analysieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Trends im Konsumgüterhandel</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Trends in den Betriebsformen: Entwicklung der Betriebs-/Vertriebsformen, Handelsspezifische Entwicklungstendenzen, Markt- und branchenspezifische Trends, Technologien		
Trends im Konsumentenverhalten: Konsumtrends, Marketing-Innovationen, Customer Journey		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
- Little, A. D. (Hrsg.): Management im vernetzten Unternehmen, Wiesbaden: Springer Gabler
- Lammers, L. M.: Efficient Consumer Response, Wiesbaden: Springer Gabler
- Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Heinemann, G.: Die Neuerfindung des stationären Einzelhandels, Wiesbaden: Springer Gabler
- Theis, H.-J.: Handbuch Handelsmarketing Bd. 2 – Erfolgreiche Strategien und Instrumente im E-Commerce, Frankfurt a.M.: Deutscher Fachverlag
- Vahs, D./Brem, A.: Innovationsmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Zentes, J. u.a.: Handbuch Handel – Strategien – Perspektiven – Internationaler Wettbewerb, Wiesbaden: Springer Gabler
- ggf. aktuelle Beiträge aus Fachzeitschriften („Der Handel“, „GS1 magazin“, „Handel im Fokus“, „retail technology“ etc.)



## Stationärhandel (W3BW\_HD351)

### Store Based Retailing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Stationärhandel	W3BW_HD351	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des stationären Handels darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Ansatzpunkte des stationären Handels nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im stationären Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und –bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Stationärhandel</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Visual Merchandising: Außenbereich, Schaufenstergestaltung, Eingangsbereich, Regalplatzierung, Warenpräsentation, atmosphärische/ dramaturgische Elemente, Zielgruppenorientierung  Event-Management: Eventplanung –durchführung und –kontrolle, rechtliche Aspekte, Events im Handel  Standortpolitik: Grundlagen, Ziele, Standortentscheidungen, Standortfaktoren, Standortmodelle, Standortanalyse, Verfahren zur Standortbewertung		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Schnödt, D.: Inszenieren - verführen - mehr verkaufen : Ladengestaltung mit multisensualem Marketing, Frankfurt: Deutscher Fachverlag
- Spanke; M. u.a.: Faszination Visual Merchandising, Frankfurt: Deutscher Fachverlag
- Jäger, D.: Grundwissen Eventmanagement, Konstanz, München: UKV Verlagsgesellschaft
- Balderjahn, I.: Standortmarketing, Konstanz, München: UKV Verlagsgesellschaft

## B2B-Vertrieb (W3BW\_HD352)

### B2B Sales Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
B2B-Vertrieb	W3BW_HD352	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Vertriebs im B2B-Geschäft darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Ansatzpunkte des B2B-Vertriebs nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im B2B-Vertrieb, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>B2B-Vertrieb</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
B2B-Marketing: Unterschiede B2B vs. B2C, Nachfrager im B2B, Anbieter im B2B, Marktforschung im B2B, Online-Marketing im B2B  Vertrieb im Projektgeschäft: Besonderheiten des Projektgeschäfts, Angebotserstellung, Verhandlungsinhalte, Gewährleistungen  Vertrieb im Systemgeschäft: Besonderheiten des Systemgeschäfts, Management der Einstiegsinvestition, Management der Folgeinvestitionen		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Backhaus, K., Voeth, M.: Industriegütermarketing, München: Vahlen
- Kreutzer, R., Rumler, A., Wille-Baumkauff, W.: B2B-Online-Marketing und Social Media, Wiesbaden: Springer
- Pfortsch, W., Godefroid, P.: Business-to-Business-Marketing, Herne: SWB-Verlag

## Klassischer Distanzhandel (W3BW\_HD353)

### Distance selling

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Klassischer Distanzhandel	W3BW_HD353	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Distanzhandels darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Ansatzpunkte des Distanzhandels nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im Distanzhandel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Klassischer Distanzhandel</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Dialogmarketing: Entwicklung, Ursachen, Ziele, Adressanmietung, Adressselektion, kreative Bestandteile, Kalkulation, Kennzahlen, Neukundengewinnung, Kundenbindung  Database-Management: Ziele und Aufgaben, Aufbau einer Datenbank, Data-Warehousing, Adressmanagement, Data-Mining  Callcenter-Management: Historie und Bedeutung, Recht, aktives und passives Telefon-Marketing, Telefon-Mehrwertdienste, Ziele und Elemente eines Call Centers, Kalkulation von Aktionen		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Kreutzer, R.: Konzepte und Instrumente des Dialog-Marketings, Wiesbaden: Springer
- Holland, H.: Direktmarketing, München: Vahlen
- Huld, C., Kuhfuß, H.: Ratgeber Data-Base-Marketing, Zürich, Hamburg: Verlag A&O des Wissens
- Krumm, R., Geisler, Ch.: Outbound-Praxis, Wiesbaden: Springer

## Einkauf (W3BW\_HD354)

### Purchasing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Einkauf	W3BW_HD354	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Stephan Rüschen

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Mit Abschluss des Moduls haben die Studierenden umfassende Kenntnisse über Methoden und Konzepte des Einkaufsmanagements erworben. Sie kennen die relevanten Einflussfaktoren und Rahmenbedingungen auf das Einkaufsmanagement und sind somit in der Lage ein Lieferantenmanagement durchzuführen. Die Studierenden kennen die Besonderheiten der Beschaffung von Eigenmarken.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können relevante Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einsetzen. Sie sind dabei in der Lage in der spezifischen Unternehmenssituation die Zweckmäßigkeit unterschiedlicher Einkaufsstrategien zu beurteilen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Sie sind in der Lage, Verantwortung in einem Team zu übernehmen und haben ihre kritische Reflexionsfähigkeit verbessert. Sie sind in der Lage, in interdisziplinären Teams Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden lernen auch die sozialen und ethischen Anforderungen an das Einkaufsmanagement kennen. Einen Schwerpunkt bilden dabei Sozial- und Umweltstandards, die auf die zu beschaffenden Waren anzuwenden sind.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage die erlernten Methoden und Konzepte in der Praxis anzuwenden und an die individuellen Anforderungen in Ihrem Unternehmen anzupassen. Mit Abschluss des Moduls, können die Studierenden die Stärken und Schwächen der Organisationsformen des Einkaufs, unter Berücksichtigung der jeweiligen Unternehmenssituation, bewerten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Einkauf</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Einkaufsstrategien, Lieferantenmanagement, Sourcingprozess, Eigenmarkenbeschaffung, Qualitätsmanagement, CSR in der Beschaffung, Kartell/Compliance, Saisonmanagement, Konditionsarten und Konditionensysteme		
Verhandlungsmanagement: Verhandlungsprozess, Verhandlungsorganisation, Verhandlungstaktiken, Auktionen		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

## Literatur

- Appelfeller, W./Buchholz/W.: Supplier Relationship Management: Strategie, Organisation und IT des modernen Beschaffungsmanagements, Wiesbaden: Gabler
- Carsten, U.: CSR im internationalen Einkauf, in: Knoppe, M. (Hrsg.): CSR und Retail Management, Wiesbaden: Springer Gabler, S. 209 – 224
- Cash, R. P./Thomas, C./Wingate, J. W./Friedlander J. S.: Management of Retail Buying, Hoboken, NJ: Wiley
- Donnellan, J.: Merchandise Buying and Management, New York: Fairchild
- Hofbauer G./Mashhour, T./Fischer, M.: Lieferantenmanagement: Die wertorientierte Gestaltung der Lieferbeziehung, Berlin: de Gruyter
- LaFleur, R.: Merchandise Planning Workbook, New York: Fairchild
- Levy, M./Weitz, B. A./Grewal, D.: Retailing Management, New York: McGraw-Hill
- Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S.: Der Handel, Stuttgart: Kohlhammer
- Rabolt, N. J./Miler, J. K.: Concepts and Cases in Retail and Merchandise Management, New York: Fairchild
- Sebenius, J. K./Knebel, E.: Tom Muccio: Negotiating the P&G Relationship with Wal-Mart (A), Harvard Business School Case
- Voeth, M./Herbst, U.: Verhandlungsmanagement. Planung, Steuerung und Analyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

## Rahmenbedingungen des Global Sourcing-Managements (W3BW\_HD355)

### Global Sourcing Conditions

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Rahmenbedingungen des Global Sourcing-Managements	W3BW_HD355	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Referat	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Merkmale des Global Sourcing darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Global Sourcing formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Instrumente des Global Sourcing nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Beschaffungsproblemen im Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Beschaffungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und –bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, beschaffungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Rahmenbedingungen des Global Sourcing-Managements</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Nachhaltigkeitsmanagement: nachhaltige Geschäftsmodelle, Ressourcenmanagement, Umweltmanagement Außenwirtschaft: Tauschverhältnisse und Gleichgewicht, Zölle, Wechselkurse, empirische Ansätze zum Außenhandel Qualitätsmanagement: Qualitätsdefinition, Qualitätstechniken, Qualitätsmanagementsysteme und Normen, Audits, Zertifizierungen, TQM-Ansätze		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur, Prüfungsdauer Referat 20 Minuten

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Ahrend, K.-M.: Geschäftsmodell Nachhaltigkeit : Ökologische und soziale Innovationen als unternehmerische Chance, Berlin, Heidelberg: Springer
- Scholz, Chr., Zentes, J., (Hrsg.): Beyond Sustainability, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft
- Krugman, P. R., Obstfeld, M., Melitz, M. J.: Internationale Wirtschaft : Theorie und Politik der Außenwirtschaft, Halbergmoos: Pearson
- Lorz, O., Siebert, H.: Außenwirtschaft, Stuttgart, München: UTB
- Herrmann, J., Fritz, H.: Qualitätsmanagement : Lehrbuch für Studium und Praxis, München, Wien: Hanser
- Schmitt, R., Pfeifer, T., Qualitätsmanagement : Strategien - Methoden – Techniken, München, Wien: Hanser

## Informationsmanagement im Global Sourcing (W3BW\_HD356)

### Business Information in Global Sourcing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Informationsmanagement im Global Sourcing	W3BW_HD356	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Referat	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Merkmale des Global Sourcing darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Global Sourcing formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Instrumente des Global Sourcing nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Beschaffungsproblemen im Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Beschaffungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und –bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, beschaffungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Informationsmanagement im Global Sourcing	50,0	100,0
Systeme der Warenwirtschaft: Arten von Warenwirtschaftssystemen, Komponenten von Warenwirtschaftssystemen, Business Intelligence INCO-Terms: Tauschverhältnisse und Gleichgewicht, Zölle, Wechselkurse, empirische Ansätze zum Außenhandel ERP-Systeme: Ziele, Planungsebenen, Kernprozesse, Schnittstellen		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur, Prüfungsdauer Referat 20 Minuten

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Zentes, J., Swoboda, B., Foscht, Th.: Handelsmanagement, München: Vahlen
- Gildeggen, R., Willburger, A.: Internationale Handelsgeschäfte: Das Recht des grenzüberschreitenden Handels, München: Vahlen
- Leitner, W.: Logistik, Transport und Lieferbedingungen als Fundament des globalen Wirtschaftens, Wiesbaden: Springer
- Osterhage, W.: ERP-Kompodium : Eine Evaluierung von Enterprise Resource Planning Systemen, Berlin, Heidelberg: Springer
- Gronau, N.: Enterprise Resource Planning : Architektur, Funktionen und Management von ERP-Systemen, Heidelberg usw.: MITP
- Siegenthaler, M.: ERP für Handel, Produktion und Dienstleistung : Praxisleitfaden: Evaluation und Einführung, Rheinfelden: BPX

## Lebensmittelhandel (W3BW\_HD357)

### Food Trade

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Lebensmittelhandel	W3BW_HD357	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralf Oppermann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls Lebensmittel aus ernährungsphysiologischer Sicht bewerten. Sie kennen die für die Distributionswirtschaft wesentlichen Aspekte des Lebensmittlerechts und können diese anwenden. Die Studierenden kennen die Spezifika der Instrumente des Handelsmarketing für die Warenart Lebensmittel und können diese gestalten. Sie kennen die Besonderheiten lebensmittelbezogener Marktforschung und sind in der Lage, entsprechende Untersuchungsergebnisse kritisch reflektierend zu bewerten. Mit Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die besonderen Anforderungen von Lebensmitteln an die Logistik. Sie sind in der Lage sein, die Lagerung und den Transport von Lebensmitteln entsprechend der warenartimmanenten Besonderheiten auszugestalten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zum Lebensmittelhandel wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und ergebnisorientiert auswählen und anwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulinhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Lebensmittelhandel</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<p>Ernährungslehre: Grundlagen der Ernährungslehre Inhaltsstoffe von Lebensmitteln Lebensmittelgruppen Trends in der Entwicklung von Lebensmitteln Bewertung von Lebensmitteln aus ernährungsphysiologischer Sicht</p> <p>Lebensmittelrecht: Begriffliche Grundlage Rechtlicher Rahmen des Lebensmittelrechts Allgemeine Grundsätze des Lebensmittelrechts Spezialbereiche des Lebensmittelrechts Lebensmittelverfahrensrecht</p> <p>Food-Marketing im Handel: Grundlagen des Food-Marketing Besonderheiten bei der Gestaltung der Instrumente des Handelsmarketing für Lebensmittel Grundlagen der marktbezogenen Sensorikforschung</p> <p>Lebensmittellogistik: Grundlagen der Lebensmittellogistik Informations- und Prozessorganisation Warenbezogene Anforderungen an die Logistik Lebensmittelsicherheit Instrumente der Lebensmittellogistik</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

  

Voraussetzungen
keine

## Literatur

- Biesalski, H.K./Grimm, P.: Taschenatlas Ernährungslehre, Stuttgart: Thieme
- Knoblich, H./Scharf, A./Schubert, B.: Geschmacksforschung, München, Wien: Oldenbourg
- Leyrer, H.-J./Strecker, O./Elles, A.: Erfolgsstrategien für Lebensmittel, Frankfurt am Main: DLG-Verlag
- Peilnsteiner, J./Trutzkiewitz, G.: Handbuch temperaturgeführte Logistik, Hamburg: Behr's Verlag
- Voß, B./Behler, A./Schroeder, E.: Das Lebens- und Futtermittelgesetzbuch, Berlin: Erich Schmidt Verlag

## Spezielles Handelsmarketing (W3BW\_HD358)

### Trade Marketing (Specific Aspects)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Spezielles Handelsmarketing	W3BW_HD358	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen spezielle Perspektiven des Handelsmarketings darstellen, erklären und einordnen können. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Entscheidungsprobleme zu verstehen, die beim Einsatz spezieller Instrumente des Handelsmarketings entstehen können. Darauf aufbauend sind sie in der Lage, differierende Ansätze und Modelle vergleichend einzuordnen und stringent zu argumentieren.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zum speziellen Handelsmarketing einzuordnen und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen auswählen und anwenden
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Elemente im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Zentrales Merkmal des Moduls ist es, die Studierenden zu befähigen, unterschiedliche Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Werkzeuge der Deskription und Untersuchung, mit denen sie unterschiedliche Entscheidungsprobleme zielorientiert angehen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Spezielles Handelsmarketing</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spezielle Instrumente des Handelsmarketings im Marketing-Mix</li> <li>- Psychologische Aspekte beim Einsatz der Marketinginstrumente</li> <li>- Besondere Vertriebsformen und -probleme</li> <li>- Marktforschung und Käuferverhalten</li> <li>- Nachhaltiges Marketing</li> <li>- Marketing 4.0</li> </ul>		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
Zu verwenden sind die jeweils neuesten Auflagen der Lehrwerke.

- Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Kreienkamp, E./Drinck, B.: Gender-Marketing
- Kotler, P./Kartajaya, H./Setiawan, I.: Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Oxford: Wiley
- Kotler, P./Keller, K./Opresnik, M.: Marketing-Management: Konzepte - Instrumente – Unternehmensfallstudien. Hallbergmoos : Pearson
- Kroeber-Riel, W./Gröppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München: Vahlen
- Kuß, A./Wildner, R./Kreis, H.: Marktforschung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Wiesner, K.: Faires Management und Marketing. De Gruyter Oldenbourg

## Sonderaspekte des Handelsmanagements (W3BW\_HD359)

### Trade management (Specific aspects)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Sonderaspekte des Handelsmanagements	W3BW_HD359	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen spezielle Perspektiven des Handelsmanagements darstellen, erklären und einordnen können. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Entscheidungsprobleme, die in Sonderfällen des Handelsmanagements entstehen, eingehend zu analysieren. Darauf aufbauend beherrschen sie die behandelten Elemente und Werkzeuge des Marketingmanagements in modulübergreifender, interdisziplinärer und lösungsorientierter Weise.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zu den Sonderaspekten des Handelsmanagements gedanklich zu durchdringen und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und zielorientiert auswählen und anwenden. Sie haben die Kompetenzen erworben, um geeignete Techniken und Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Elemente im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung (selbst-)kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Zentrales Merkmal des Moduls ist es, die Studierenden zu befähigen, wichtige Entwicklungen innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu erkennen und das eigene Entscheidungsverhalten unter Rückgriff auf die einschlägigen Methoden auf diese Entwicklungen hin erfolgszielorientiert auszurichten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Sonderaspekte des Handelsmanagements</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Psychologische Aspekte des Handelsmanagements</li> <li>- Käuferverhalten</li> <li>- Controllingprobleme des Handelsmanagements</li> <li>- Nachhaltigkeitsaspekte im Handelsmanagement</li> <li>- Rechtsrahmen des Handelsmanagements</li> <li>- Dienstleistungsmanagement</li> <li>- Compliance im Handelsmanagement</li> <li>- Entwicklungstendenzen im Handel</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Zu verwenden sind die jeweils neuesten Auflagen der Lehrwerke.

- Haller, S.: Dienstleistungsmanagement: Grundlagen – Konzepte – Instrumente. Wiesbaden: Gabler
- Alexander, C.: Wettbewerbsrecht. Köln: Carl Heymanns
- Gruber, J.: Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Altenberge: niederle media
- Liebmann, H.-P./Zentes, J./Swoboda, B.: Handelsmanagement. München: Vahlen
- Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S.: Der Handel. Stuttgart: Kohlhammer.
- Rudolph, T.: Modernes Handelsmanagement. Stuttgart: Schäffer-Poeschel

## Logistikgrundlagen und Lager-/Distributionslogistik (W3BW\_HD360)

### Foundation of Logistics Management and Warehousing / Systems of Distribution

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Logistikgrundlagen und Lager-/Distributionslogistik	W3BW_HD360	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dietmar W. Polzin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Auf der Basis der vorangegangenen Grundlagenveranstaltungen aus dem 1. und 2. Semester (VL SCM u.a.) sind die Studierenden nach der Veranstaltung im Studienrichtungswahlfach in der Lage, die fachlichen Inhalte eigenständig wiederzugeben, zu verstehen und umfassend zu erklären sowie in den betriebswirtschaftlichen Kontext einzuordnen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Vermittlung übergreifender Methodenkompetenz ist nicht Schwerpunkt dieses Moduls.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Auf der Basis der fachlichen Inhalte und erster methodischer Hinweise können die Studierenden nach der Veranstaltung eigenständig und ausdauernd ähnliche und verwandte Inhalte sich selbst erschließen und damit Ihr Wissen (situations- und/oder unternehmensbezogen) abrunden.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Vermittlung übergreifende Handlungskompetenz ist nicht Schwerpunkt dieses Moduls.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen der Logistik</b>	<b>25,0</b>	<b>43,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Logistik: Entstehung der Logistik als betriebswirtschaftliche Teildisziplin, Grundlagen der Logistikkonzeption, Teilsysteme der Logistik, logistische Dienstleistungen und Übersicht über Logistikunternehmen, Probleme, Aufgaben und Lösungskonzepte der Beschaffungs-, Produktions-, Distributions-, Ersatzteil und Entsorgungslogistik. Besonderheiten der Handelslogistik und Grundlagen der Warenwirtschaft. Ausgewählte Inhalte der grundständigen VL SCM aus 1. und 2. Semester können hier ebenfalls weiter vertieft werden können, beispielsweise in den Bereichen Einkauf/Beschaffung/Warenwirtschaft.</li> </ul>		
<b>Lager- und Distributionslogistik</b>	<b>30,0</b>	<b>52,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lager- und Distributionslogistik: Vertiefung von Lagerfunktionen, Lagersysteme und Lagerarten, Lagersteuerung. Entwicklung von Lagerstrategien mit Auswahl von Lager- und Materialflusssystemen, auch anhand von praktischen Beispielen. Vertiefung Kommissionierung, Kommissionierverfahren und -systeme, Grundlagen der Lagerplanung, Outsourcing von Lagerfunktionen. Distributionslogistik im Kontext des Logistiksystems, prinzipielle Anforderungen an ein Distributionssystem, Übersicht über moderne Distributionswege, -strukturen und -konzepte, Logistikstandorte, Auswahl des optimalen Distributionssystems, Distributionslogistik in der Nachkaufphase. Trends und Besonderheiten der Distributionssysteme in Handel und Industrie.</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Methodische Ergänzung: Einübung betriebswirtschaftlicher Grundlagen im Rahmen der Erarbeitung eines Business Papers und/oder eines Business Plans in Form von Gruppenprojekten, BWL-Planspiel zur eigenständigen Erarbeitung betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge möglich. Ergänzend kann auch eine Logistikfachexkursion dazu kommen.

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der aktuellsten Auflage:

- Schulte, Ch.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, München: Vahlen
- Hertel, J./Zentes, J./Schramm-Klein, H.: Supply-Chain-Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel, Heidelberg.: Springer
- Gleißner, H./Femerling, J. Ch.: Logistik – Grundlagen, Übungen Fallbeispiele, Wiesbaden: Gabler
- Pfohl, H. Chr.: Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Heidelberg: Springer
- Lasch, R.: Strategisches und operative Logistikmanagement: Distribution, Wiesbaden: Gabler

## Verkehrslogistik und Entsorgungslogistik (W3BW\_HD361)

### Transportation Management and Reverse Logistics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Verkehrslogistik und Entsorgungslogistik	W3BW_HD361	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dietmar W. Polzin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Auf der Basis der der Grundlagen- und Wahlveranstaltungen aus dem 3. und 4. Semester sind die Studierenden in der Lage, die fachlichen Inhalte eigenständig wiederzugeben, zu verstehen und umfassend zu erklären. Hinzu kommen Analysefähigkeiten (Zusammenhänge von Lehrinhalten, Vergleich von Perspektiven und Standpunkten) und die eigene Urteilsfähigkeit aufgrund von bestimmten Kriterien und Standards.
<b>Methodenkompetenz</b>	Vermittlung übergreifender Methodenkompetenz ist nicht Schwerpunkt des Moduls.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Auf der Basis der fachlichen Inhalte und erster methodischer Hinweise können die Studierenden nach der Veranstaltung eigenständig und ausdauernd ähnliche und verwandte Inhalte sich selbst erschließen und damit Ihr Wissen (situations- und/oder unternehmensbezogen) abrunden.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Vermittlung übergreifender Handlungskompetenz ist nicht Schwerpunkt des Moduls.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Verkehrslogistik</b>	<b>30,0</b>	<b>60,0</b>
Basisbegriffe des Güterverkehrs, Entstehung der Verkehrslogistik als Teil der betriebswirtschaftlichen Logistik, Grundlagen der Makrologistik, Übersicht über die verschiedenen Verkehrsträger und multimodale Transportketten, makrologistische Rahmenbedingungen des Güterverkehrs, Spedition als Beispiel eines verkehrslogistischen Dienstleisters, zukünftige Trends und Entwicklungen im globalen Güterverkehr.		
<b>Entsorgungslogistik</b>	<b>20,0</b>	<b>40,0</b>
Rahmenbedingungen der modernen Entsorgungslogistik und Kreislaufwirtschaft im deutschen und europäischen Kontext, globale ökologische Herausforderungen, Umweltgesetzgebung, Zusammenhänge CSR - Grüne Logistik - Entsorgungslogistik, Ziel, Aufgaben und Objekte der Entsorgungslogistik, innerbetriebliche und außerbetriebliche Entsorgungslogistik, logistische Kernprozesse innerhalb der Entsorgungslogistik: Sammlung, Sortierung, Verteilung, Informationsabwicklung in der Entsorgungslogistik, Entwicklung einer unternehmerischen Entsorgungsstrategie.		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der aktuellsten Auflage:

- Schulte, Ch.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, München: Vahlen
- Ihde, G.B.: Transport, Verkehrs, Logistik; München: Vahlen
- Oelfke, W. u.a.: Güterverkehr – Spedition - Logistik, Bad Homburg v.d.H.: Gehlen
- Kummer, S.: Einführung in die Verkehrswirtschaft, Wien: Facultas
- Lorenz, W. : Leitfaden für den Spediteur in Ausbildung und Beruf, Hamburg: DVV
- Kramer, M. (Hrsg.): Integratives Umweltmanagement – Systemorientierte Zusammenhänge zwischen Politik, Recht, Management und Technik, Wiesbaden: Gabler
- Wittenbrink, P. : Transportmanagement, Wiesbaden: Gabler

## Supply Chain Management und Logistikfallstudien (W3BW\_HD362)

### Supply Chain Management and Case Studies

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Supply Chain Management und Logistikfallstudien	W3BW_HD362	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dietmar W. Polzin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Auf der Basis der der Grundlagenveranstaltungen aus dem 1. und 2. Semester (SCM u.a.) sind die Studierenden in der Lage, die fachlichen Inhalte eigenständig wiederzugeben, zu verstehen und umfassend zu erklären sowie in den betriebswirtschaftlichen Kontext einzuordnen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Im Rahmen der Logistikfallstudien können die Studierende verschiedene Lösungswege und Lösungsmethoden beschreiben, anwenden und einschätzen (Relevanz, Praktikabilität, Grenzen)
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden üben soziale Kooperationen, übernehmen Verantwortung in Teams und Gruppen, arbeiten engagiert, kooperativ und teamorientiert zusammen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Besuch der Modulveranstaltungen zeigen die Studenten erste übergreifende Handlungskompetenz in Form von Verständnis für komplexe Zusammenhänge, kritische Urteilsfähigkeit und eigenverantwortliches Handeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Vertiefung SCM und Warenwirtschaft</b>	30,0	52,0
Übersicht SCM in Handel und Industrie, Definition, Beteiligte und Perspektiven, Motive und Ziele von SCM, Grundelemente der SC-Planung: SC Configuration, SC-Planning, SC-Execution, Prozesse in der SC, generelle Optimierungsansätze, Umsetzung im Unternehmen und Wertschöpfungsketten, Zusammenhänge SCM und Warenwirtschaft (-systeme).		
<b>Qualitative Logistikfallstudien</b>	25,0	43,0
Bearbeitung und Präsentation von qualitativ ausgerichteten Fallstudien, Planspielen und ähnlich angelegten Praxisübungen aus den Bereichen Logistikgrundlagen, Lager, Distribution sowie Verkehrslogistik.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der aktuellsten Auflage:

- Schulte, Ch.: Logistik – Wege zur Optimierung der Supply Chain, München: Vahlen
- Hertel, J./Zentes, J./Schramm-Klein, H.: Supply-Chain-Management und Warenwirtschaftssysteme im Handel, Heidelberg: Springer
- Gleißner, H./Möller, K.: Fallstudien Logistik – Logistikwissen in der praktischen Anwendung, Wiesbaden: Gabler
- Corsten, D./Gabriel, Ch.: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen, Heidelberg: Springer
- Eßig, M./Hofmann, E./Stölzle, W.: Supply Chain Management, München: Vahlen

## Logistikmanagement und Logistikfallstudien (W3BW\_HD363)

### Logistics Management and Case Studies

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Logistikmanagement und Logistikfallstudien	W3BW_HD363	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dietmar W. Polzin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Auf der Basis der der Grundlagen- und Wahlveranstaltungen aus dem 3. und 4. Semester sind die Studierenden in der Lage, die fachlichen Inhalte eigenständig wiederzugeben, zu verstehen und umfassend zu erklären. Hinzu kommen Analysefähigkeiten (Zusammenhänge von Lehrinhalten, Vergleich von Perspektiven und Standpunkten) und eigenen Urteilsfähigkeit aufgrund von bestimmten Kriterien und Standards.
<b>Methodenkompetenz</b>	Im Rahmen der methodisch-management orientierten Schiene können die Studierende verschiedene Lösungswege und Lösungsmethoden beschreiben, anwenden und einschätzen (Relevanz, Praktikabilität, Grenzen). Sie können dabei allgemeine, betriebswirtschaftliche Methoden von eher funktional logistisch ausgerichteten Methoden differenzieren. Hinzu kommt die Kenntnis und Anwendung wissenschaftlich fundierter Methoden der Informationssammlung und -verarbeitung.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden üben in der methodisch-managementorientierten Schiene soziale Kooperationen, übernehmen Verantwortung in Teams und Gruppen, arbeiten engagiert, kooperativ und teamorientiert zusammen. Hinzu kommen dabei ein gutes Selbstmanagement und eine hohe Belastungsfähigkeit.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Besuch der Modulveranstaltungen zeigen die Studenten übergreifende Handlungskompetenz in Form von Verständnis für komplexe Zusammenhänge, kritische Urteilsfähigkeit und eigenverantwortliches Handeln. Verstärkt kommt eine reflektierte Haltung zu gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Implikationen des eigenen Handelns hinzu.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Controlling, Prozessoptimierung und Personalmanagement in der Logistik</b>	<b>34,0</b>	<b>68,0</b>
<p>Controlling, Organisation, Prozessoptimierung und Personalmanagement in der Logistik: (fachliche Schiene)</p> <p>Einführung in das Logistik-Controlling, Vertiefung der bisherigen Grundlagenveranstaltungen (wie z.B. KLR, Bilanzierung, Investition und Finanzierung), logistische Kosten- und Leistungsrechnung, Logistikkostenkalkulation, Logistikkennzahlen und Kennzahlensysteme, Balanced Scorecard, Benchmarking und Target Costing in der Logistik sowie andere moderne Managementunterstützungssysteme, Risikomanagement in der Logistik.</p> <p>Vertiefung zu Prozessen und zum Prozessmanagement in der Logistik, Analyse und Optimierung von logistischen Geschäftsprozessen, Kaizen- ; KVP, Lean- und Business Reengineering-Ansätze im Logistikkontext.</p> <p>Aufbauorganisation, Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung in betrieblichen Logistikbereichen, Koordination logistischer Aufgaben, Gestaltungsalternativen der Logistikorganisation, Reorganisation von Logistikbereichen im Unternehmen.</p> <p>Aus- und Weiterbildung in der Logistik, betriebliche Entgeltsysteme und Anpassungen, Arbeitsorganisation und Arbeitszeitgestaltung in Logistikbereichen, mitarbeiterbezogene Erfolgsfaktoren.</p>		
<b>Quantitative Logistikfallstudien</b>	<b>16,0</b>	<b>32,0</b>
<p>Quantitative Logistikfallstudien: (methodisch-managementorientierte Schiene)</p> <p>Bearbeitung und Präsentation von quantitativ ausgerichteten Fallstudien und Praxisübungen aus den Bereichen Logistikcontrolling, Prozessoptimierung, Organisation und Personalmanagement in der Logistik.</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

## Literatur

<p>Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der aktuellsten Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Becker, J. / Kugeler, M., Rosemann, M. (Hrsg.) Prozessmanagement – Ein Leitfaden zur prozessorientierten Organisationsgestaltung, Heidelberg: Springer</li><li>- Weber, H.: Logistik- und Supply Chain Controlling, Stuttgart: Schäffer Poeschel</li><li>- Baumgarten, H./Wiendahl, H.-P./Zentes, J.: Logistik-Management: Strategien – Konzepte - Praxisbeispiele, Heidelberg: Springer</li><li>- Gleißner, H./ Möller, K.: Fallstudien Logistik: Logistikwissen in der praktischen Anwendung, Wiesbaden: Gabler</li><li>- Lasch, R./Schulte, G.: Quantitative Logistik-Fallstudien, Wiesbaden: Gabler</li><li>- Janovsky, J./Khashabian, B./Pilarek, D. (Hrsg.): Management Kompetenz durch Fallstudientechnik, Wiesbaden: Gabler</li></ul> <p>Hinzu kommt Literatur entsprechend der thematischen Ausrichtung.</p>
---

## Grundlagen der Warenwirtschaft im MCM (W3BW\_HD364)

### ERP Basics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen der Warenwirtschaft im MCM	W3BW_HD364	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden haben einen Überblick hinsichtlich des Faktenwissens über die wesentlichen Aufgaben und Funktionen der Inhalte von Beschaffungsplanung und -organisation im Multichannel-Management sowie im Supply Chain Management. Sie können diese gemäß dem eigenen Unternehmen und dem Branchenumfeld differenziert in Theorie und Praxis darstellen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können gründlich und gewissenhaft die erlernten Methoden und Techniken bezüglich der Grundlagen der Warenwirtschaft im Multichannel-Management kritisch reflektieren, auswählen und in der Praxis anwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sind dazu in der Lage, eigenständig und verantwortungsvoll grundlegende Prozesse der Warenwirtschaft im Multichannel-Management sowohl theoretisch wie auch praktisch im Unternehmen zu analysieren und gegebenenfalls auch zu beschreiben und zu präsentieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden zeigen ein Verständnis für die übergreifenden und auch überbetrieblichen Zusammenhänge der Grundlagen der Warenwirtschaft im Multichannel-Management.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen der Warenwirtschaft im MCM</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Grundlagen der Warenwirtschaft im MCM, Beschaffungsplanung im MCM: Beschaffungsstrategien und Beschaffungsprozess, Beschaffungswege, Beschaffungsplanung und Disposition, Bedarfsermittlung im Handel, Beschaffungslogistik, Planung eines Lagers		
Supply Chain Management im MCM: Supply Chain Management, überbetriebliches Lieferkettenmanagement		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
- Arndt, H.: Supply Chain Management, Wiesbaden: Springer Gabler
- Bichler, K./ Krohn, R.: Beschaffung und Lagerwirtschaft, Wiesbaden: Gabler
- Christopher, M.: Logistics and Supply Chain Management, Harlow: Financial Times Prentice Hall

- Corsten, D./Gabriel, C.: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen, Berlin: Springer
- Hertel, J.: Warenwirtschaftssysteme, Heidelberg: Physica
- Ihde, G. B.: Transport, Verkehr, Logistik, München: Vahlen
- Lerchenmüller, M.: Handelsbetriebslehre, Herne: NWB – Kiehl
- Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme - Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Berlin: Springer
- Wannenwetsch, H.: Vernetztes Supply Chain Management - SCM-Integration über die gesamte Wertschöpfungskette, Berlin: Springer
- Wannenwetsch, H.: Integrierte Materialwirtschaft, Logistik und Beschaffung, Berlin: Springer

## Absatzpolitische Besonderheiten im MCM (W3BW\_HD365)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Absatzpolitische Besonderheiten im MCM	W3BW_HD365	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden haben ein tiefes Verständnis von Standort-, Dienstleistungs- bzw. Servicepolitik und der Ladengestaltung, d.h. in den hier ausgewählten Markt Bereichen des Multichannels. Sie können bewerten, wie sich Änderungen in einzelnen Themenbereichen im Gesamtkontext auswirken.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die in den Fachgebieten etablierten Methoden und Fertigkeiten und können diese bezüglich ihrer Praktikabilität, Stärken und Schwächen erfolgreich einsetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sind dazu in der Lage selbstständig und eigenverantwortlich die Ergebnisse ihrer Analysen und die daraus folgenden Handlungsoptionen im Multichannel verständlich und ökonomisch orientiert darzustellen und zu erläutern.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden können darüber hinaus auch interdisziplinär für spezielle Problemstellungen – soweit für die jeweilige Lösungsfindung erforderlich – aus anderen Fachgebieten zielgerichtet weitere passende Fachinhalte und Methoden und Techniken ergänzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Marktbereiche im MCM</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Standortpolitik im MCM: Grundlagen der Standortpolitik, Ziele, Standortentscheidungen, Standortfaktoren, Standortmodelle, Standortanalyse, Verfahren zur Standortbewertung  Dienstleistungs-/Servicepolitik im MCM: Begriff und Besonderheiten von Dienstleistungen bzw. Services (Gegenstand und Systematisierung von Dienstleistungen, Dienstleistungs-Spezifika), Dienstleistungsqualität (Operationalisierung und Messung von Dienstleistungsqualität, Qualitätsbewertung), Dienstleistungsproduktion (Prozess der Dienstleistungserstellung, Ressourcenplanung, Kapazität, Produktivität), Dienstleistungsmarketing (Instrumentarium des Dienstleistungsmarketing und Besonderheiten in den einzelnen Mix-Bereichen, handelsnahe Dienstleistungen  Ladengestaltung/Visual Merchandising im MCM: Ladengestaltung und Warenpräsentation, Entscheidungsbereiche, Abteilungsbildung, Warenplatzierung, Vergabe von Regalflächen, Visual Merchandising		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Corsten, H./Gössinger, R.: Dienstleistungsmanagement, Berlin: De Gruyter Oldenbourg
- Haller, S.: Handels-Marketing, Ludwigshafen: Kiehl
- Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. Methodische Grundlagen der geographischen Handelsforschung, Passau: LIS-Verlag
- Kotler, P./Keller, K.L.: Marketing Management, Boston: Pearson
- Müller-Hagedorn, L./Toporowski, W./Zielke, S.: Der Handel, Stuttgart: Kohlhammer
- Müller-Hagedorn, L. et al. (Hrsg.): Handelsmarketing, Stuttgart: Kohlhammer
- Nebl, T.: Produktionswirtschaft, München: Oldenbourg
- Schröder, H.: Handelsmarketing - Strategien und Instrumente für den stationären Einzelhandel und für Online-Shops, Wiesbaden: Springer Gabler
- Schröder, H.: Multichannel-Retailing: Marketing in Mehrkanalsystemen des Einzelhandels, Berlin: Springer
- Wirtz, B. W.: Multi-Channel-Marketing - Grundlagen, Instrumente, Prozesse, Wiesbaden: Springer Gabler

## Warenwirtschaftssysteme im MCM (W3BW\_HD366)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Warenwirtschaftssysteme im MCM	W3BW_HD366	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die vernetzten Grundfunktionen und Systeme zusammenhängender und auch IT-gestützter Logistikkonzepte im Multichannel-Management.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über die Kenntnis der in den Modulinhalten genannten Techniken und Methoden zur Bearbeitung komplexer Sachzusammenhänge und können ihre eigene Vorgehensweise kritisch reflektieren.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden finden geeignete Lösungen für Probleme im Zusammenhang mit Warenwirtschaftssystemen im Multichannel-Management und können diese auch Fachfremden gegenüber verständlich und logisch kommunizieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben die Fähigkeit, besonders bei komplexen warenwirtschaftlichen Problemstellungen im Multichannel-Management, z.B. im Rahmen von Optimierungsmaßnahmen, interdisziplinär und fachübergreifend theoretisch wie praktisch stringent und valide zu agieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Warenwirtschaftssysteme im MCM</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Strukturen, Funktionen und Nutzen inklusive IT-gestützter Warenwirtschaft im MCM: Warenwirtschaftssysteme (WWS) als Mittelpunkt, Arten von WWS, Planungssysteme, Expertensysteme, Simulation, Module im Überblick, Beispiel eines IT-gestützten WWS, Grenzen von Warenwirtschaftssystemen, Handel/Industrie 4.0  Optimierung von Logistikprozessen: Neue Werkzeuge und Instrumente für die für die Prozesssteuerung im Multichannel, Modellierung unternehmensübergreifender Prozessketten, Netzwerkgestaltung, Komplexitätsbeherrschung und Flexibilität, Ziel: Prozessübergreifendes Senken von Liefer- und Durchlaufzeiten, Verbessern der Lieferfähigkeit, Senken von Beständen, Prozessqualität, Nachhaltigkeit von Prozessen		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
- Bichler, K./ Krohn, R.: Beschaffung und Lagerwirtschaft, Wiesbaden: Gabler

- Corsten, D./Gabriel, C.: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen, Berlin: Springer
- Fischermanns, G.: Praxishandbuch Prozessmanagement, Giessen: Schmidt
- Hertel, J.: Warenwirtschaftssysteme, Heidelberg: Physica
- Ihde, G. B.: Transport, Verkehr, Logistik, München: Vahlen
- Lerchenmüller, M.: Handelsbetriebslehre, Herne: NWB – Kiehl
- Liebetruth, Th.: Prozessmanagement in Einkauf und Logistik, Wiesbaden: Springer
- Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Berlin: Springer
- Pufé, I.: Nachhaltigkeitsmanagement, München: Hanser
- Sachs, A.-L.: Retail Analytics: Integrated Forecasting and Inventory Management for Perishable Products in Retailing, Cham: Springer
- Schneider, G./Geiger, I. K./Scheuring, J.: Prozess- und Qualitätsmanagement, Zürich: Compendio
- Wannowetsch, H.: Vernetztes Supply Chain Management - SCM-Integration über die gesamte Wertschöpfungskette, Berlin: Springer

## Distributionspolitik im MCM (W3BW\_HD367)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Distributionspolitik im MCM	W3BW_HD367	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die vertieften Inhalte und das Faktenwissen der Distributionspolitik im Multichannel und im Speziellen des Online-Kanals im Multichannel.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können die Tragweite der distributionspolitischen Entscheidungen mit Hilfe von Analysemethoden kritisch reflektieren. Dies gilt auch für distributionspolitische Entscheidungen im eigenen Unternehmen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden haben die Fähigkeit entsprechende Prozesse aus allen relevanten Perspektiven sachlich richtig und mit Weitsicht zu diskutieren, um zur jeweils optimalsten Lösung im zu kommen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind dazu in der Lage zusätzlich notwendige Disziplinen für die jeweilige Fragestellung zu finden und ergänzend anzuwenden.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Distributionspolitik im MCM</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Grundlagen der Distributionspolitik im MCM: Anforderungen an Distributionssysteme im Multichannel (Aufgaben, Ziele), Aufbau, Implementierung, Weiterentwicklung und Kontrolle eines Distributionssystems im Multichannel (Channel Design und Management), Konsumentenverhalten im Multichannel (Multi-Channel-Behavior)		
E-Commerce: Digitale Transformation und deren Auswirkungen auf den Handel (Disintermediation, Vertikalisierung etc.), Entwicklung der digitalen Wirtschaft (Internet, E-Commerce), Wirkungsmechanismen (elektronische Märkte und Transaktionskosten, Transaktionsphasen im Internet, digitale Güter und Dienstleistungen), Management-Prozess im Internet-Handel (Ziele, Strategien, Maßnahmen, Kontrolle), Überblick über Geschäftsmodelle im E-Commerce (E-Shops und deren Erlösmodelle, wie Shopping Clubs, Subscription etc.), E-Marketplaces, Social Shopping, M-Commerce, Vertiefung der Grundlagen des E-Commerce (E-Shop-Systeme (Anforderungen, Gestaltung und Pflege)), elektronische Zahlungssysteme, rechtliche Rahmenbedingungen und Besonderheiten der Vermarktung im E-Commerce (Affiliate Marketing, Online-Marketing etc.)		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Binder, J.: Online Channel Integration: Value Creation and Customer Reactions in Online and Physical Stores, Wiesbaden: Springer Gabler
- Gläß, R./Leukert, B. (Hrsg.): Handel 4.0, Berlin: Springer
- Heinemann, G.: Cross-Channel-Management, Wiesbaden: Springer Gabler
- Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Heinemann, G.: Der neue Mobile-Commerce, Wiesbaden: Springer Gabler
- Jäger, R.: Multi-Channel im stationären Einzelhandel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Kollmann, T.: E-Business, Wiesbaden: Springer Gabler
- Meier, A./Stormer, H.: eBusiness & eCommerce, Berlin: Springer Gabler
- Laudon, K.L./Traver, C. G.: E-Commerce 2015, Essex
- Müller-Hagedorn, L. et al. (Hrsg.): Handelsmarketing, Stuttgart: Kohlhammer
- Rittinger, S.: Multi-Channel-Retailing, Wiesbaden: Springer Gabler
- Schögel, M.: Distributionsmanagement - Das Management der Absatzkanäle, München: Vahlen
- Schröder, H.: Handelsmarketing: Strategien und Instrumente für den stationären Einzelhandel und für Online-Shops, Wiesbaden: Springer Gabler
- Schröder, H.: Multichannel-Retailing - Marketing in Mehrkanalsystemen des Einzelhandels, Berlin: Springer
- Turban, E. et al.: Electronic Commerce. Heidelberg et al.
- Wirtz, B.: Electronic Commerce, Wiesbaden: Springer Gabler

## Technische Grundlagen für den Technischen Handel (W3BW\_HD368)

### Technical Basics for Technical Trade

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Technische Grundlagen für den Technischen Handel	W3BW_HD368	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

  

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

  

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

  

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

  

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

  

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erlernen in dem Modul die Grundlagen der Werkstoffkunde mit den Schwerpunkten Metall und Kunststoffe sowie Grundlagen der Konstruktionslehre und können technische Zeichnungen lesen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden lernen die Grundlagen für die Methoden der Ingenieurwissenschaft kennen und können sich systematisch mit diesen Themen auseinandersetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden haben sich persönlich mit Technik-Grundlagen beschäftigt und können darüber besser und wirksamer mit Ingenieuren kommunizieren und mit diesen in übergreifenden Projektteams zusammenarbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Im Bereich „Technischer Handel“ können sich die Studierenden wirkungsvoll mit technischen Fragestellungen auseinandersetzen und besitzen dafür ein technisches Grundverständnis in den Bereichen Metalle und Kunststoffe sowie Verständnis für diese Werkstoffe mit ihren spezifischen Eigenschaften.

  

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Technik-Grundlagen und Konstruktion</b>	<b>35,0</b>	<b>60,0</b>
Grundlagen Technische Zeichnungen und Konstruktionen		
<b>Werkstoffe</b>	<b>20,0</b>	<b>35,0</b>
Werkstoffkunde (Metall- und Legierungskunde, Kunststoffe und Elastomere, Werkstoffprüfung)		

  

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.
<b>Voraussetzungen</b>
Betriebswirtschafts-Vorlesungen des 1. Studienjahres sowie Vorlesung Grundlagen im technischen Außenhandel

  

Literatur
- Abts, G.: Kunststoff-Wissen für Einsteiger, Hanser
- Bürger, M.: Konstruktionslehre: Maschinenbau Taschenbuch, Europa-Verlag
- Gomeringer, R./Heinzler, M.: Tabellenbuch Metall XXL CD: Tabellenbuch, Formelsammlung und CD, Tabellenbuch Metall, Europa-Verlag

## Fertigungs- und Konstruktionsgrundlagen für den Technischen Handel (W3BW\_HD369)

### Technical details for Technical Trade

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Fertigungs- und Konstruktionsgrundlagen für den Technischen Handel	W3BW_HD369	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die üblichen Fertigungsverfahren und besitzen darüber hinaus ein Verständnis für die bei der Produktion anfallenden Kosten sowie fertigungsgerechte Konstruktionen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden besitzen die Kompetenz, vorgelegte Kalkulationen technisch zu hinterfragen und auf effiziente Konstruktionen und technische Problemlösungen hinzuwirken.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können sich mit Fertigungsingenieuren positiv verständigen und im Team konstruktiv im Sinne von optimalen Problemlösungen für gute, kostengünstige Lösungen arbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, sachgerecht Angebote einzuholen, diese kritisch für kundenspezifische individuelle Teile zu reflektieren und in Projektteams optimale Lösungen anzustoßen und umzusetzen. Die Kommunikationsfähigkeit mit Ingenieuren hat sich weiter verbessert.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Fertigungsverfahren und Konstruktionslehre</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Grundlagen der Fertigungsverfahren (Urformen, Trennen, Umformen, Fügen, Beschichten, Veränderungen), Fertigungsgerechte mechanische Konstruktionen erarbeiten und bewerten;		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Betriebswirtschaftsvorlesungen des 1. und 2. Studienjahres Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
Betriebswirtschaftsvorlesungen des 1. und 2. Studienjahres, Grundlagenvorlesung des technischen Außenhandels, sowie die Vorlesungen des technischen Handels des 2. Studienjahres.

Literatur
- Bürger, M.: Konstruktionslehre: Maschinenbau Taschenbuch, Europa-Verlag - Westkämper, E./Warnecke, H.-J.: Einführung in die Fertigungstechnik, Vieweg-Teubner

## Grundlagen des technischen Außenhandels (W3BW\_HD372)

### Basics of International Technical Trade

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen des technischen Außenhandels	W3BW_HD372	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	In diesem Modul erhalten die Studierenden einen vertieften fachlichen Einblick in die operationalen Strukturen des technischen Außenhandels. Sie erlernen, wie die internationale Logistik und der Zahlungsverkehr im Ausland funktioniert, welche besonderen Dokumente für grenzüberschreitenden Handelsverkehr notwendig sind und welche Risiken bei Auslandsgeschäften bestehen. Des Weiteren erwerben sie einen vertieften Einblick in das internationale Finanzwesen, beginnend von den unterschiedlichen Möglichkeiten zur Finanzierung von Außenhandelsgeschäften bis hin zu einer Übersicht internationaler Kapitalmärkte. Schließlich sind die Studierenden in der Lage, den Anwendungsbereich der IFRS grundlegend zu verstehen und die Erfassungs- und Bewertungsmethoden anzuwenden.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach diesem Modul sollen die Studierenden das Wissen darüber besitzen, wie Außenhandel im technischen Produktionsverbindungshandel konkret durchgeführt wird. Sie können danach bereits innerhalb ihrer technisch ausgerichteten Unternehmen, verschiedene Arbeitsbereiche eigenverantwortlich planen und operativ umsetzen. In weiteren Bereichen erwerben sie einen fachlich inhaltlichen Überblick, um diejenigen Rahmenbedingungen zu kennen, welches ein Unternehmen auch finanziell zu einem erfolgreichen Agieren im internationalen Kontext befähigt
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden lernen den technischen Außenhandel in seiner operativen Umsetzung und seiner Pluralität besser kennen und verstehen. Sie vertiefen ihre jeweiligen Erkenntnisse dahingehend, dass es sich beim internationalen technischen Produktionsverbindungshandel in Abgrenzung zum technisch ausgerichteten Binnenhandel um grundlegend verschiedene Marktsegmente handelt, die in allen betrachteten Bereichen ein Spezialwissen und darauf aufbauend eine unterschiedliche Handlungsweise bedarf. Des Weiteren lernen sie die Vorteile und Gestaltungsspielräume der IFRS einzuschätzen, sowie Entwicklungen im Umfeld der internationalen Rechnungslegung kritisch zu verfolgen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die Kompetenzen erworben, in einigen international agierenden Bereichsfeldern ihrer technischen orientierten Ausbildungsunternehmen eigenverantwortlich zu agieren. Sie besitzen die Fähigkeit über komplexe grenzüberschreitende Themenbereiche sowohl mit unternehmensinternen Fachabteilungen, wie auch mit externen Institutionen respektive Dienstleistern in diskursiven Dialog zu treten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Finanzdisposition im technischen Außenhandel</b>	<b>25,0</b>	<b>43,0</b>
Finanzwirtschaftliche Prozesse, Auslandszahlungsverkehr, Zahlungsbedingungen, Dokumenteninkasso, Dokumentenakkreditive, Risiko, Risikopolitik, Risikoarten, Transportversicherung, Ausfuhrkreditversicherung;		
<b>Finanzierung im technischen Außenhandel</b>	<b>30,0</b>	<b>52,0</b>
Traditionelle Formen der Außenhandelsfinanzierung, Euro-Geldmarkt, Zessionskredit, Factoring, Bankgarantien, Kredite über AKA, KfW; Forfaitierung, Leasing im Außenhandel;		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

Betriebswirtschafts-Vorlesungen des 1. Studienjahres

## Literatur

jeweils die neueste Auflage:

- Böttger, C-U., Winter, C.: Verkehrslehre des Außenhandels, Hamburg, Feldhaus
- Büter, C.: Außenhandel: Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen, Berlin, Springer
- Hofmann et al.: Spedition und Logistik, Heft 3 Außenhandel, München, Beck
- Hisrich, R.D.: International Entrepreneurship, Los Angeles, Sage
- Jahrmann, F.U.: Außenhandel, Herne, NWB
- Jahrmann, F.U.: Außenhandel kompakt, Herne, NWB
- Reuvid, J, Sherlock, J.: International Trade, London, Kogan
- Altmann, J.: Zahlungssicherung im Außenhandel, Köln, Bundesanzeiger
- Keßler H./ Reitmeyer T.: Internationale Handelsfinanzierung: Strategien für Auslandsinvestitionen und Handel, Wiesbaden, Gabler
- Grünberger, D.: IFRS: Ein systematischer Praxis Leitfaden, Wien, LexisNexis
- Häberle, S.G.: Einführung in die Exportfinanzierung, München, Oldenbourg
- Hofmann et al.: Spedition und Logistik, Heft 3 Außenhandel, München, Beck
- Kehr, H./Jahrmann, f.-U.: Außenhandel, (Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft), Herne, NWB
- Kirsch, H.: Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IFRS, Herne, NWB
- Sperber, H., / Sprink, J.: Internationale Wirtschaft und Finanzen, München, Oldenbourg
- Süchting, J.: Finanzmanagement: Theorie und Politik der Unternehmensfinanzierung, Wiesbaden Gabler
- Tanski, J.: IFRS: Grundlagen der internationalen Rechnungslegung, München, Beck

## Besonderheiten im technischen Außenhandel (W3BW\_HD373)

### Advanced international technical trade

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Besonderheiten im technischen Außenhandel	W3BW_HD373	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	In diesem Modul werden den Studierenden weit über die grundlegenden volkswirtschaftlichen Seminare hinaus, makro- und mikroökonomisches Wissen über die Gründe des internationalen technischen Produktionsverbindungshandel zwischen den verschiedenen Volkswirtschaften vermittelt.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach diesem abschließenden Modul verstehen die Teilnehmer, warum Außenhandel zwischen Volkswirtschaften überhaupt notwendig ist und durchgeführt wird. Dadurch werden ihnen die Gründe für die zunehmende internationale Verflechtung von Volkswirtschaften bewusst, samt deren Chancen und Risiken.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden wissen nach Abschluss dieses Modul um die Gründe für den Außenhandel und können ihr technisch ausgerichteten Unternehmen somit besser in den Gesamtkontext des internationalen Handelsgeschehens einordnen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden einen Überblick über den Gesamtzusammenhang der internationalen Arbeitsteilung. Sie sind in der Lage zu beurteilen, wie internationale Handelsflüsse entstehen und wie die Verflechtung unterschiedlicher Volkswirtschaften funktioniert. Sie können globale Abhängigkeiten beurteilen und schließlich sogar die Entstehung von Krisen volkswirtschaftlich nachvollziehen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Internationale Wirtschaftsbeziehungen im technischen Außenhandel</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Globalisierung der Weltwirtschaft, Theoretische Ansätze der Internationalisierung der Weltwirtschaft, Politik des Welthandels, Formen internationaler Wirtschaftsbeziehungen, Ländertypen und Gruppierungen, Steuerungsmechanismen der Weltwirtschaft, Formen regionaler Integrationsräume, Finanzielle Globalisierung, Optimale Währungsräume und die Europäische Währungsunion		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

<b>Voraussetzungen</b>
Grundlagenvorlesung des internationalen technischen Handels

Literatur
jeweils die neueste Auflage: - Krugmann, P.: Internationale Wirtschaft; London, Pearson - Dieckheuer, G.: Internationale Wirtschaftsbeziehungen, München, Oldenbourg - Maennig, W.: Außenwirtschaft, München, Vahlen



## Warenflüsse im MCM (W3BW\_HD380)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Warenflüsse im MCM	W3BW_HD380	Deutsch/Englisch	

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die aktuellen Anforderungen hinsichtlich der vertieften Thematik dieses Multichannel-Management-Moduls bezüglich Warenwirtschaft und Global Sourcing in einem internationalen Kontext.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind dazu in der Lage, die erlernten Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld kritisch reflektiert zu realisieren.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erkennen Innovationen und Veränderungen im Marktgeschehen und sollten auch selbst kreative Impulsgeber im Unternehmens sein.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Mit Weitblick und Umsichtigkeit können die Studierenden theoretisch und praktisch umfassende Multichannel-Prozesse entwickeln, bewerten und implementieren, wobei sie dazu integrative Sach- und Fachkompetenzen nutzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Warenflüsse im MCM</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Quantitative Methoden in der Warenwirtschaft: Beschaffungsorganisation und -marketing im MCM, Vertiefung Logistik und Warenwirtschaft  Global Sourcing: Ein- und Ausfuhren, optimale Gestaltung internationaler Transportketten, rechtliche Grundlagen des Im- und Exportes, Warenursprung und Präferenzen, steuerliche Gesichtspunkte, Finanzierungen und Absicherungen bei Ein- und Ausfuhren, Risikoabschätzung und Controlling internationaler Partnerschaften, Grundlagen des E-Procurement und die sich ergebenden Gesamtkosten		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
- Becker, J./Kugler, M./Rosemann, M. (Hrsg.): Prozessmanagement, Berlin: Springer Gabler - Bogaschewsky, R. (Hrsg.): Beschaffung vor dem Hintergrund der Globalisierung, Frankfurt a.M.: BME - Hartmann, H. (Hrsg.): Modernes Einkaufsmanagement, Gernsbach: Deutscher Betriebswirte-Verlag - Helmold, M./Terry, M.: Global Sourcing and Supply Management Excellence in China, Singapore: Springer - Kleemann, F.: Global Sourcing, Saarbrücken: AV AkademikerVerlag.

- Kopp, W.: Logistikmanagement im Beschaffungsbereich, Saarbrücken: AV AkademikerVerlag
- Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistikmanagement: Prozesse, Berlin: Springer Gabler
- Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistikmanagement: Beschaffung, Berlin et al.: Springer Gabler.
- Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistikmanagement: Distribution, Berlin et al.: Springer Gabler.

## Management Accounting (W3BW\_HD401)

### Management Accounting

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Management Accounting	W3BW_HD401	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Michael Schuler

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen spezifischen Fragen des Management Accounting darstellen, erläutern und einordnen. Sie können die theoretischen Modelle auf den Handel übertragen, anwenden und die Modelle kritisch würdigen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, die vermittelten Inhalte problembezogen und lösungsorientiert anzuwenden. Für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis können sie das angemessene System bzw. Konzept auswählen und anwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Konzepte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster mit denen sie Management Accounting Fragestellungen zielorientiert bearbeiten können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Management Accounting</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlling: Ziele, Aufgaben und Träger des Controllings, exemplarische Vertiefungen von ausgewählten handelsspezifischen Instrumenten des Controllings, Betriebsvergleich</li> <li>• Reporting: Zielsetzung, Anforderungen und Gestaltung eines modernen Berichtswesens</li> <li>• Value Management: Zielsetzung, exemplarische Instrumente einer wertorientierten Unternehmensführung</li> <li>• Finanzmanagement: Ziele und Aufgaben, exemplarische Vertiefungen von ausgewählten handelsspezifischen Instrumenten des Finanzmanagements, Risikobewertung</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Becker, J./Winkelmann, A.: Handelscontrolling : Optimale Informationsversorgung mit Kennzahlen, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Bock, J. M.: Risikomanagement in börsennotierten Industrie- und Handelsunternehmen. Zum Stand der Umsetzung und Nutzung als Instrument der Unternehmensführung, Göttingen: Cuvillier Verlag
- Buttkus, M./Neugebauer, A./Kaland, A. (Hrsg.): Controlling im Handel : Innovative Ansätze und Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler
- Ebner, Robert: Handelscontrolling : Eine wertschöpfungsorientierte Konzeption für den Bekleidungs Einzelhandel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Horvath, P. u. a.: Controlling, München: Vahlen
- Perridon, L./Steiner, M./Rathgeber, A.: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen
- Weber, J./Bramseman, U./Heineke, C./Hirsch, B.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte - Implementierung - Praxisstatements, Wiesbaden: Springer Gabler

## Financial Accounting (W3BW\_HD402)

### Financial Accounting

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Financial Accounting	W3BW_HD402	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Michael Schuler

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen spezifischen Fragen des Management Accounting darstellen, erläutern und einordnen. Sie können die theoretischen Modelle auf den Handel übertragen, anwenden und die Modelle kritisch würdigen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, die vermittelten Inhalte problembezogen und lösungsorientiert anzuwenden. Für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis können sie das angemessene System bzw. Konzept auswählen und anwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Konzepte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster mit denen sie Management Accounting Fragestellungen zielorientiert bearbeiten können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Financial Accounting</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bilanzmanagement: Ziele und Maßnahmen der Bilanzgestaltung, ausgewählte Instrumente der Datenanalyse, Kapitalflussrechnung</li> <li>• Konzernrechnungslegung: Konzernabschluss, Konsolidierungsverfahren, Konzernanhang und -lagebericht</li> <li>• Internationale Rechnungslegung: Bilanzgestaltung nach IFRS/IAS, wesentliche Unterschiede von HGB und IFRS/IAS</li> </ul>		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
-

- Coenenberg, A./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse : Betriebswirtschaftliche, handelsrechtliche, steuerrechtliche und internationale Grundlagen - HGB, IAS/IFRS, US-GAAP, DRS., Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Pellens, B./Fülber R.W./Gassen, J./Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung. IFRS 1 bis 13, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Küting, K./Weber, C.-P.: Die Bilanzanalyse: Beurteilung von Abschlüssen nach HGB und IFRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Küting, K./Weber, C.-P.: Der Konzernabschluss: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

## Methodiken der Handelsforschung (W3BW\_HD403)

### Methodologies of Commerce Research

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Methodiken der Handelsforschung	W3BW_HD403	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralph Scheubrein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Laborübung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Assignment	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage, komplexere Fragestellungen der Handelsforschung aus der Praxis aufzuarbeiten und mithilfe der besprochenen Methodiken zu untersuchen. Sie können die für die Aufgabenstellung relevanten Informationen gewinnen und die notwendigen Berechnungen - gegebenenfalls unter Zuhilfenahme von Softwarewerkzeugen - selbstständig durchführen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexere Fragestellungen der Handelsforschung eine angemessene Methodik auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, die Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methodiken einschätzen und sind in der Lage, Alternativen aufzuzeigen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden demonstrieren ihre Fähigkeit abstraktere Konstrukte auf praxisnahe Problemstellungen zu übertragen und die Analyseergebnisse prägnant darzustellen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben mit erfolgreichem Abschluss des Moduls demonstriert, dass sie Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher und zielgerichtet lösen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Methodiken der Handelsforschung</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Methodiken und Methoden zur Untersuchungsplanung, Stichprobenauswahl, Datenerhebung (z.B. mithilfe apparativer Verfahren wie Eye-Tracking, Softwarewerkzeugen zur Online-Fragebogenerstellung, Nutzung wissenschaftlicher Datenbanken, Sensorik), Datenauswertung und Datenvisualisierung (z.B. mithilfe von Softwarewerkzeuge wie Excel, SPSS, R)		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
Modul Mathematik/Statistik, Modul Quantitative Methoden im Handel

Literatur
- Backhaus, K. u.a.: Multivariate Analysemethoden, Berlin: Springer
- Bühner, M.: Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, München: Pearson
- Cleff, T.: Deskriptive Statistik und Explorative Datenanalyse, Wiesbaden: Gabler
- Hatzinger, R. u.a.: R – Einführung durch angewandte Statistik, München: Pearson
- Sarstedt, M./Mooi, E.: A Concise Guide to Market Research, Berlin: Springer



## Projektstudie Handelsforschung (W3BW\_HD404)

### Project Study Commerce Research

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Projektstudie Handelsforschung	W3BW_HD404	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralph Scheubrein

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Projektbericht (mit Präsentation) oder Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage, anwendungsorientierte Handelsforschung selbstständig durchzuführen. Zielorientiert gewinnen und verarbeiten sie die zur Beantwortung der Forschungsfragen relevanten Informationen. Sie geben kritische Hinweise zur Belastbarkeit der ermittelten Ergebnisse.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage, Projekte der anwendungsorientierten Handelsforschung in einem systematischen Prozess durchzuführen. Dabei bauen sie auf ihr theoretisches Wissen und ihre Berufserfahrung auf.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden haben mit erfolgreichem Abschluss des Moduls demonstriert, dass sie als Teammitglied effektiv auch unter hoher Belastung ihren Beitrag leisten können.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben mit erfolgreichem Abschluss des Moduls demonstriert, dass sie Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher und zielgerichtet lösen und dabei teamorientiert handeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Projektstudie Handelsforschung</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Geleitete Erstellung einer Projektstudie im Bereich Handel unter Berücksichtigung folgender Elemente einer wissenschaftlichen Studie (Umfang der einzelnen Elemente kann aufgrund des konkreten Untersuchungsgegenstands variieren): Wissenschaftstheorie, Handelsforschung, Forschungs- und Untersuchungsplanung, Auswahlverfahren, Erhebungsmethoden, komplexe Designs, Pretests, Aufbereitung und Auswertung der Daten, Dokumentation und Präsentation wissenschaftlicher Studien.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
-

<b>Voraussetzungen</b>
-

Literatur
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aaker, D. E. u.a.: Marketing Research, Hoboken: Wiley</li> <li>- Altobelli, C. F.: Marktforschung, Kontanz: UVK</li> <li>- Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin: Erich Schmidt</li> <li>- Häder, M.: Empirische Sozialforschung, Wiesbaden: Springer</li> <li>- Kroeber-Riel, W./Groppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, München: Vahlen</li> </ul>

- Krzysztof, K./Rundle-Thiele, S. (Hrsg.): Formative Research in Social Marketing, Singapore: Springer
- Schuckel, M./Toporowski, W. (Hrsg.): Theoretische Fundierung und praktische Relevanz der Handelsforschung, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag
- Sedlmeier, P./Renkewitz, F.: Forschungsmethoden und Statistik, München: Pearson

## Unternehmensführung im Automobilhandel (W3BW\_HD405)

### General Car Dealership Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Unternehmensführung im Automobilhandel	W3BW_HD405	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erkennen die spezifischen Problemstellungen der Führung im Automobilhandel und sie verstehen, welche betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge bei der Lösung dieser Probleme zu beachten sind. Sie kennen relevante Veränderungen der Rahmenbedingungen des Automobilhandels und sie sind in der Lage, deren Relevanz für den Handel zu bewerten. Sie können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen sind in der Lage, für die spezifischen Problemstellungen der Führung im Automobilhandel das angemessene System bzw. Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Absolventen gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sie sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulinhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Absolventen sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Autohausführung</b>	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisches und operatives Controlling im Autohaus</li> <li>• Wertorientierte Führung im Autohaus</li> <li>• Strategisches und operatives Autohausmanagement</li> <li>• Qualitätsmanagement</li> <li>• Personalführung im Autohaus</li> </ul>		
<b>Aktuelle Entwicklungen im Automobilhandel</b>	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitalisierung im Automobilhandel</li> <li>• Alternative Geschäftsmodelle des Automobilhandels</li> <li>• Folgen des Wertewandels für den Automobilhandel</li> <li>• Folgen des demographischen Wandels für den Automobilhandel</li> <li>• Aktuelle Themenstellungen im Automobilhandel</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

- Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:
- Brachat, H. (Hrsg.): Autohaus-Management 2015, Ottobrunn: Springer.
- Brachat, vom Heu, Menzel, Schinckel, Bongartz (Hrsg.): Autohaus-Service-Management 2015, Ottobrunn: Springer.
- Diez, W.: Automobil-Marketing, München: Vahlen.
- Diez, W./Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München: Springer.
- Diez, W./Stollenmaier, M.: Kostenmanagement mit Musterkostenrechnungen, Würzburg: Vogel-Business-Media.
- Ermschel, U.: Die Autohaus-Zukunft, München: Springer.
- Finkenberger, A.: Finanzierung & Leasing im Autohaus, München: Springer.
- Goerigk, P./Reinartz, O./Maaß, C.: Autohandel 2.0: Chancen und Risiken des Online-Automobilvertriebs, München: Springer.
- Groll, K.-H.: Kennzahlen für das wertorientierte Management, München: Carl Hanser.
- Herrnberger, J.: Kennzahlengestützte Autohaussteuerung, München: Beck.
- Meffert, H./Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden: Gabler.
- Parment, A.: Die Zukunft des Autohandels: Vertrieb und Konsumentenverhalten im Wandel - Wie das Auto benutzt, betrachtet und gekauft wird, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Proff, H. et al. (Hrsg.): Zukünftige Entwicklungen in der Mobilität - Technische und betriebswirtschaftliche Aspekte - Einordnung, Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Wöhe, G./Döring, U.: Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen.

## Rechtsfragen im Automobilhandel (W3BW\_HD406)

### Legal Issues in Car Trading

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Rechtsfragen im Automobilhandel	W3BW_HD406	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erkennen die spezifischen rechtlichen Problemstellungen der Führung im Automobilhandel und sie verstehen, welche betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge bei der Lösung dieser Probleme zu beachten sind. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen sind in der Lage, Problemlösungen zur Führung im Automobilhandel an die spezifischen rechtlichen Rahmenbedingungen anzupassen. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Absolventen gelingt es, aus Erfahrungen zu lernen und sie sind offen für Veränderungen. Sie reflektieren die in den Modulinhalten angesprochenen Konzepte in Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Absolventen sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Rechtsfragen im Automobilhandel</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Vertragsbeziehungen zwischen Hersteller/Importeur und Händler bzw. Werkstatt</li><li>• Kartellrechtliche Schranken in selektiven und exklusiven Vertriebssystemen</li><li>• Gruppenfreistellungsverordnungen (Vertikal-GVO und After-Sales-GVO)</li><li>• Rechtsansprüche auf Zulassung als Vertragshändler/Vertragswerkstatt</li><li>• Ausgleichsansprüche bei Vertragsbeendigung</li><li>• Gestaltung von Kaufverträgen über neue und gebrauchte Kfz</li><li>• Allgemeine Geschäftsbedingungen im Kraftfahrzeughandel</li><li>• Gewährleistung und Haftungsrecht</li><li>• Serviceverträge und besondere Dienstleistungsverträge</li><li>• Marketingrecht im Automobilhandel</li><li>• Bauplanungsrecht für Autohäuser</li><li>• Boden- und Wasserrecht</li><li>• Umgang mit und Auswertung von Kundendaten</li><li>• Rechtsfragen des autonomen Fahrens und vernetzter Systeme</li><li>• Kfz-Zulassungsrecht</li><li>• Differenzbesteuerung</li><li>• Innergemeinschaftlicher Erwerb</li><li>• Steuerrechtliche Behandlung von Dienst- und Firmenwagen</li><li>• Leasing</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur
Voraussetzungen
keine

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

(Anzahl und Umfang können variieren und sind von der Studiengangsleitung festzulegen.)

- Hartung, S./Regula, S./Schaeuffelen, A.: Rechtsfragen in der Automobil- und Zulieferindustrie, Frankfurt a. M.: Fachmedien Recht und Wirtschaft in Deutscher Fachverlag.
- Ensthaler, J./Funk, M./Stopper, M.: Handbuch des Automobilvertriebsrechts, München: C.H. Beck.
- Müller-Hengstenberg, C./Kirn, S.: Rechtliche Risiken autonomer und vernetzter Systeme, Berlin: De Gruyter.
- Diez, W. /Reindl, S./Brachat, H. (Hrsg.): Grundlagen der Automobilwirtschaft, München: Springer.
- Reinking, K/Eggert, C.: Der Autokauf, Köln: Werner Verlag.
- Bachmeier, W.: Rechtshandbuch Autokauf, München: C.H. Beck.
- Schultze, J.-M. et al.: Vertikal-GVO Die Gruppenfreistellungsverordnung für vertikale Vereinbarungen, Frankfurt a. M.: Verlag Recht und Wirtschaft.
- Ammenwerth, M. et al.: Umsatzsteuer im Kfz-Gewerbe, Würzburg: IWW Institut für Wissen in der Wirtschaft
- Zeitschrift "Recht Automobil Wirtschaft" (RAW), Frankfurt a. M.: dfv Mediengruppe.

## Advanced Business Analytics (W3BW\_HD407)

### Advanced Business Analytics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Advanced Business Analytics	W3BW_HD407	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Absolventen kennen die in den Inhalten des Moduls genannten Methoden bzw. Konzepte. Sie können diese beschreiben und systematisch darstellen. Sie sind in der Lage, die unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen, abzuwägen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen sind in der Lage, für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis die dafür geeignete Methode bzw. das geeignete Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Methoden bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	--
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	--

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Multidimensional Methods in Business Analysis</b>	<b>28,0</b>	<b>56,0</b>
Multidimensional Methods in Business Analysis: <ul style="list-style-type: none"><li>• Strukturprüfende Methoden (z.B. Regressionsanalyse, Varianzanalyse, Diskriminanzanalyse, Kontingenzanalyse, Logistische Regression, Strukturgleichungsmodelle, Conjoint Measurement)</li><li>• Strukturentdeckende Methoden (z.B. Faktorenanalyse, Clusteranalyse, Multidimensionale Skalierung, Korrespondenzanalyse, Neuronale Netze)</li><li>• Fallstudien</li></ul>		
<b>Operations Research</b>	<b>22,0</b>	<b>44,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Planungsmethodik, Planungsmodelle</li><li>• Graphenmodelle und Graphentheorie</li><li>• Wege in Graphen, Netzplantechnik, Fluss in Graphen, Transportflussoptimierung</li><li>• Lineare Planungsrechnung</li><li>• Grundlegende Modellstrukturen, Simplex-Verfahren, besondere LP-Strukturen, Lösungsdiagnose, Unter- und Obergrenzen von Variablen, Postoptimale Analyse, Anwendungen und Modellbau</li><li>• Ganzzahlige lineare Optimierung</li><li>• Problembeispiele, heuristische Verfahren, Entscheidungsbaumverfahren, Entwurf von Algorithmen</li><li>• Stochastische Prozesse</li><li>• Warteschlangentheorie, Simulation stochastischer Prozesse</li><li>• Heuristiken</li><li>• Verfahren der Problemraumsuche, Lokale Suchverfahren, Simulated Annealing, Genetische Algorithmen</li><li>• Nichtlineare Optimierung</li><li>• Nichtlineare Probleme und Modelle ohne Nebenbedingungen, allgemeine nichtlineare Optimierung, konvexe Optimierung, quadratische Optimierung</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage: <ul style="list-style-type: none"><li>• Döring, Nicola/Bortz, Jürgen: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, Berlin: Springer</li><li>• Bortz, Jürgen: Statistik, Berlin: Springer</li><li>• Zimmermann, Werner/Stache, Ulrich.: Operations Research: Quantitative Methoden zur Entscheidungsvorbereitung, Berlin: Oldenbourg</li><li>• Nickel, Stefan u.a.: Operations Research, Berlin: Springer</li></ul>
--

## Business Modelling (W3BW\_HD408)

### Business Modelling

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Business Modelling	W3BW_HD408	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Absolventen kennen die in den Inhalten des Moduls genannten Methoden bzw. Konzepte. Sie können diese beschreiben und systematisch darstellen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen sind in der Lage, für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis die angemessene Methode bzw. das geeignete Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Methoden bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	--
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	--

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Market Analysis and Business Models</b>	<b>26,0</b>	<b>52,0</b>
Market Analysis and Business Models: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Markt-/Wettbewerbsanalyse</li> <li>• Stakeholderanalyse</li> <li>• Trendanalyse</li> <li>• Business Model Innovation</li> <li>• Business Canvas</li> </ul>		
<b>Big Data and Predictive Analytics</b>	<b>24,0</b>	<b>48,0</b>
Big Data: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daten, Datenvielfalt, Informationen</li> <li>• Herausforderungen (methodisch, softwaretechnisch etc.)</li> </ul> Predictive Analytics: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlegenden Analysemethoden</li> <li>• Segmentierung, Linkanalyse, Klassifikation, Text Mining</li> <li>• Rechtliche Rahmenbedingungen</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

--

## Literatur

### Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

- Freiknecht, Jonas: Big Data in der Praxis, München: Carl Hanser
- Davenport, Thomas/Horváth, Péter: big data @ work: Chancen erkennen, Risiken verstehen, München: Vahlen
- Hungenberg, Harald: Strategische Unternehmensführung, Berlin: Springer

## Innovationsmanagement im Handel (W3BW\_HD409)

### Innovation Management in Commerce

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Innovationsmanagement im Handel	W3BW_HD409	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen alle aktuellen und relevanten Handels-Technologien. Sie sind in der Lage die Nutzenpotenziale verschiedener Technologien zu erkennen und zu bewerten. Sie können Lösungen unter Verwendung und Kombination verschiedener Technologien definieren. Sie sind in der Lage innovative Geschäftsmodelle unter Verwendung neuer Technologien zu definieren und zu bewerten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Bewertung von Handelstechnologien.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	-
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Bewertung des Einflusses neuer Technologien und Geschäftsmodelle auf Marktentwicklung und Wettbewerb.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Innovationsmanagement im Handel</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Digitale Technologien im Handel Bewertung des Technologieeinsatzes; RFID, Digital Signage, Electronic Shelf Labeling, Beacons, Traffic Counting, Augmented Reality, Virtual Reality, QR-Codes, Recommendation Engines, Personalisierung des Online-Shops, Big Data, innovative Zahlungsmethoden und weitere aktuelle Innovationen		
Digitale Strategien und Geschäftsmodelle Virtuelle Organisationsformen, Customer Co-Creation, Digitale Vernetzung der Mitarbeiter und Abteilungen (interne Social Media Netzwerke), Plattformen und Marktplätze, Inkubatoren		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
- Finkenzeller, K.: RFID-Handbuch: Grundlagen und praktische Anwendungen von Transpondern, kontaktlosen Chipkarten und NFC, München: Hanser
- Heinemann, G. et al. (Hrsg.): Digitale Transformation oder digitale Disruption im Handel: Vom Point-of-Sale zum Point-of-Decision im Digital Commerce, Berlin: Springer Gabler
- Hierl, L. / Mosig, S.: Mobile Payment, Berlin: Springer Gabler
- Jung, H. H. / Kraft, P.: Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung.: Szenarien, Optionen und Erfolgsmodelle für smarte Geschäftsmodelle, Produkte und



## Omni-Channel-Management (W3BW\_HD410)

### Omni-Channel-Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Omni-Channel-Management	W3BW_HD410	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen Ansätze und Methoden zur Vernetzung von Handelskanälen. Sie haben Erkenntnisse über das Konsumentenverhalten entlang der Customer Journey. Sie sind in der Lage Maßnahmen zu definieren, die das Verhalten der Konsumenten entlang der Customer Journey beeinflussen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Evaluierung des Vernetzungsgrades von Handelskanälen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	-
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden kennen die abteilungsübergreifenden und unternehmensübergreifenden Auswirkungen des Omnichannel-Managements.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Omni-Channel-Management</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Besonderheiten der einzelnen Handelskanäle; Konsumentenverhalten entlang der Customer Journey; Unterschiede bei verschiedenen Produktkategorien; Crossmedia-Marketing; technologische Anforderungen an die Kanalvernetzung; Interessenkonflikte und deren Lösung innerhalb der Organisation; Omnichannel-Controlling		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
- Gläß, R./Leukert, B.: Handel 4.0: Die Digitalisierung des Handels - Strategien, Technologien, Transformation, Berlin: Springer Gabler
- Michaelis, D.: Der vernetzte Konsument: Grundlagen des Marketing im Zeitalter partizipativer Unternehmensführung, Berlin: Springer Gabler
- Schramm-Klein, H. u.a.: (R)Evolution des Mehrkanalhandels: Von Multi-Channel- über Cross-Channel- zu Omni-Channel-Retailing, Frankfurt a. M.: Deutscher Fachverlag
- Schwarz, T.: Leitfaden Digital Commerce: Online den Umsatz steigern: Wie Multichannel, Social Web und Mobile den Handel verändern, Waghäusel: marketing-BÖRSE

## Sales Functions (W3BW\_HD411)

### Sales Functions

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Sales Functions	W3BW_HD411	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Referat	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Vertriebsmanagements darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Instrumente des Vertriebsmanagements nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Vertriebsinformationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und -bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Sales Functions</b>	50,0	100,0
<p>Vertriebsplanung: Strategie-/methodengestützter Vertrieb, Arten der Vertriebssystemen, Mitarbeiterplanung, Leistungsplanung und Vergütung, phasen(un-)spezifische Instrumente</p> <p>Vertriebsorganisation und -kontrolle</p> <p>Key-Account-Management: Entwicklung, Arten, Aufbau, Erfolgsfaktoren, Unterschiede zum Kleinkundenmanagement</p> <p>Multichannel-Management: Ziele und Aufgaben, Anforderungen, Kosten, Komplexität, Abstimmung im Beschaffungs-/Absatzmanagement, Kampagnen-Management</p> <p>Kundenakquisition und Kundenbindung</p> <p>Verkaufskanäle: persönlicher Verkauf, Telefonverkauf, Verkauf mittels elektronischer Medien, Messen als Verkaufsplattform</p> <p>Customer Relationship Management</p> <p>Verhandlungsführung</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur, Prüfungsdauer Referat 20 Minuten.

Voraussetzungen
keine

## Literatur

Albers, S., Krafft, M.: Vertriebsmanagement, Wiesbaden: Springer  
Kühnapfel, J. B.: Vertriebscontrolling, Wiesbaden: Springer  
Biesel, H.: Key Account Management erfolgreich planen und umsetzen, Wiesbaden: Gabler  
Schramm-Klein, H.: Multichannel-Retailing, Wiesbaden: Gabler  
Wirtz, B. W.: Multi-Channel-Marketing, Wiesbaden: Springer  
Weis, H-Ch.: Verkaufsgesprächsführung, Ludwigshafen: Kiehl

## Instrumente des Vertriebsmanagements (W3BW\_HD412)

### Sales Management Methods

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Instrumente des Vertriebsmanagements	W3BW_HD412	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente des Vertriebsmanagements darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Vertriebsmanagements formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Instrumente des Vertriebsmanagements nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Vertriebsinformationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Vertriebsproblemen im Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und –bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Instrumente des Vertriebsmanagements</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Kommunikationspolitik: Werbung, Verkaufsförderung, Persönlicher Verkauf, Public Relations, kommunikationspolitische Sonderformen		
Geo-Marketing: Methoden zur Standortplanung, Service- und Vertrieboptimierung, Marktsegmentierung, Geomarketing-Software		
Verhandlungsführung: Verhandlungsführung, Präsentationstechnik, Sozialtechniken, Einwandbehandlung, Preisargumentation, Closing, Verkaufsnachbereitung		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Bruhn, M.: Kommunikationspolitik, München: Vahlen
- Pepels, W.: Kommunikationsmanagement, Berlin: Duncker&Humblot
- GfK (Hrsg.): Praxiswissen Geomarketing: Erfolg durch regionale Marktbearbeitung, Bruchsal: Eigenverlag
- Kreggenfeld, U.: Erfolgreich systemisch verhandeln : Ganzheitliche Verhandlungsstrategien – Checklisten – Anwendungsbeispiele, Wiesbaden: Springer

## Vertiefung E-Commerce (W3BW\_HD413)

### Specialisation E-Commerce

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Vertiefung E-Commerce	W3BW_HD413	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertiefenden fachlichen Einblick in den Bereich E-Commerce mit den Besonderheiten der EDV-Umsetzung und Big-Data.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen sowie analytische Fähigkeiten und Problemlösungsfähigkeiten im Bereich E-Commerce mit einer weiteren Vertiefung der bisherigen Lehrinhalte und einem fokussierten Einblick in die EDV.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, ihre persönlichen bzw. unternehmensspezifischen Schwerpunkte im Bereich E-Commerce zu vertiefen und kritisch zu analysieren. Sie erkennen dadurch die Relevanz der behandelten Themenbereiche für die Weiterentwicklung ihrer Unternehmen und können diese Kompetenz im inner- sowie außerbetrieblichen sozioökonomischen Kontext umsetzen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Wahlmoduls E-Commerce besitzen die Studierenden die Kompetenz positiv eigenständig in dem Bereich E-Commerce von betriebswirtschaftlicher und marketingorientierter Seite zu arbeiten und kompetent mit den entsprechenden EDV-Mitarbeitern zusammen erfolgreiche Lösungen im Sektor E-Commerce zu schaffen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Vertiefung E-Commerce</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Vertiefung von ausgewählten Themen des E-Commerce wie z.B. die Gestaltung von Online-Shops, die Preisgestaltung im E-Commerce, die Kommunikation im E-Commerce mit dem Kunden, Methoden Big Data, Vorgehensweisen und EDV-Umsetzung, erfolgreiche Beispiele /Best Practice, Shop- und zugehörige App-Programmierung, Datenmanagement, Content-Management, etc.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
jeweils die neueste Auflage: Graf, A. und Schneider, H.: Das E-Commerce Buch: Marktanalysen - Geschäftsmodelle – Strategien, dfv

Keuper, F. und Hamidian, K.: Digitalisierung und Innovation: Planung - Entstehung – Entwicklungsperspektiven, Springer-Gabler  
Mayer-Schönberger, V. und Cukier, K.: Big Data: Die Revolution, die unser Leben verändern wird, Haufe-Fachbuch  
Schwarz, T.: Big Data im Marketing: Chancen und Möglichkeiten für eine effektive Kundenansprache, Haufe Fachbuch

## Omni-Channel-Marketing und weitere Tendenzen (W3BW\_HD414)

### Omni-Channel-Marketing and further tendencies

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Omni-Channel-Marketing und weitere Tendenzen	W3BW_HD414	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertiefenden fachlichen Einblick in das Omni-Channel-Marketing und kennen neue und zukünftige Tendenzen bei einer starken E-Commerce-Orientierung.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen sowie analytische Fähigkeiten und Problemlösungsfähigkeiten in den Bereichen Marketing und Vertrieb mit dem Schwerpunkt auf E-Commerce und dessen Integration mit klassischen Vertriebskanälen und können sich darüber im Hinblick Omni-Channel Marketing im Hauptstudium vertiefen. Sie erwerben damit berufsbefähigende Qualifikationen zur Bewältigung von strategischen und taktischen Aufgabenstellungen im Omni-Channel-Marketing mit einem hohen Fokus auf den Sektor E-Commerce. Darüber hinaus werden Kommunikations- und Teamfähigkeiten weiter vertieft.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, ihre persönlichen bzw. unternehmensspezifischen Schwerpunkte im Bereich Marketing und Vertrieb reflexiv zu vertiefen und kritisch zu analysieren und lernen die neuen Tendenzen der Integration von digitalen und klassischen Kanälen kennen. Der Schwerpunkt liegt auf der persönlichen Kompetenz für die optimale Nutzung der digitalen Kanäle und deren Veränderungen. Sie erkennen dadurch die Relevanz der behandelten Themenbereiche für die Weiterentwicklung ihrer Unternehmen und können diese Kompetenz im inner- sowie außerbetrieblichen sozioökonomischen Kontext umsetzen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Wahlmoduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, positiv eigenständig in den Bereichen E-Commerce und dem integrierenden Bereich des Omni-Channel-Marketings zu arbeiten und sich innerhalb der Branche auf diese Arbeitsbereiche zu spezialisieren. Sie können aktuelle Entwicklungen antizipieren und sind Treiber der Innovation.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Omni-Channel-Marketing und weitere Tendenzen	50,0	100,0
<p>Online-Recht, Verbraucherrecht, Omni-Channel-Vertriebswege, Kontaktpunkte zum Kunden, optimale Integration der Vertriebswege, Erzielung optimaler Vertriebsergebnisse über Vernetzung von Vertriebswegen, Vertiefung von EDV-bezogenen Themen in den Bereichen Mobile-Marketing und dem Social Media und weitere aktuelle Entwicklungstendenzen.</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

### Voraussetzungen

-

## Literatur

jeweils die neueste Auflage:

Graf, A. und Schneider, H.: Das E-Commerce Buch: Marktanalysen - Geschäftsmodelle – Strategien, dfv

Solmecke, C. und Kocatepe, S.: Recht im Online-Marketing: So schützen Sie sich vor Fallstricken und Abmahnungen, Rheinwerk

Schramm-Klein, H. und Wagner, G.: (R)Evolution des Mehrkanalhandels: Von Multi-Channel- über Cross-Channel- zu Omni-Channel-Retailing, Springer

Schmidt, J.-H.: Social Media, Springer

Mroz, R.: App-Marketing für iPhone und Android: Planung, Konzeption, Vermarktung von Apps im Mobile Business, dfv.

## E-Business (W3BW\_HD415)

### E-Business

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
E-Business	W3BW_HD415	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Referat	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Instrumente und Anwendungen des E-Business im Handel darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des E-Business formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Ansatzpunkte des E-Business nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Problemen im E-Business, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Vermarktungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und –bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>E-Business</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<p>Internet-Marketing: Einordnung in das Marketing-Management, Entwicklung, Online-Mixbereiche, Bannerwerbung vs. Site-Promotion, Viral-, Affiliate-, Permission-Marketing, Erfolgskontrolle (Kennziffern), Online-Marktforschung, Shops und Auktionen als Vermarktungsinstrumente, Technologien, Shoparchitekturen, CMS, Usability, Web-Controlling</p> <p>E-Commerce: Entwicklung und Dienste der digitalen Wirtschaft, Wirkungsmechanismen, Management-Prozess im Internet-Handel, Geschäftsmodelle im Handel (Auktionen, Portale, Intermediäre/ Disintermediation</p> <p>Internetökonomie: Charakteristika der Informationswirtschaft, Netzwerktheorie, Preis- und Wettbewerbsstrategien in der Informationswirtschaft, Lock In Effekte und deren Management, Standards, Kooperation und Kompatibilität, Rechtemanagement</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.  
Die Prüfungsdauer für das Referat beträgt 20 Minuten.

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Wiesbaden: Springer
- Kollmann, T.: E-Business, Wiesbaden
- Wirtz, B.: Electronic Business, Wiesbaden: Springer
- Clement, R., Schreiber, D.: Internet-Ökonomie : Grundlagen und Fallbeispiele der vernetzten Wirtschaft, Wiesbaden: Gabler

## Seminar zum E-Business (W3BW\_HD416)

### Advanced seminar (E-Business)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Seminar zum E-Business	W3BW_HD416	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Seminar, Projekt, Laborübung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit (mit Präsentation) oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in geschichtliche oder aktuelle Fragen des E-Business, in spezielle Aspekte des Managements und/oder der Mitarbeiterführung im E-Business, in theoretische und/oder praktische Konzepte des E-Business.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende üben themenrelevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und zu interpretieren. Die Studierenden erhalten dann im Seminar die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Themen- und problemadäquate Methoden werden ausgewählt und hinsichtlich Praktikabilität und Grenzen eigenständig eingeschätzt.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierende können sich eigenständig und ausdauernd in eine betriebswirtschaftliche Problematik einarbeiten. Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situation umgehen. Im Seminar zeigen die Absolventen ein hohes Maß an Teamorientierung und kultursensibles, tolerantes Arbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Fach- und Führungsumfeld vorzu-bereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Seminar zum E-Business</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle oder alternative Entwicklungen im E-Business im Branchenkontext wissenschaftlich fundiert aufzubereiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.		

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-



## Category Management (W3BW\_HD417)

### Category Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Category Management	W3BW_HD417	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Stephan Rüschen

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, die Bausteine des ECR-Prozesses auf der Demand Side umzusetzen. Sie beherrschen die acht Schritte des Category Managements und kennen die Basisstrategien des Shopper Marketing.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Entscheidungen auf der Grundlage von begründeten Kennzahlen, Modellen und Ursache-Wirkungszusammenhängen zu treffen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden entwickeln Kompetenzen zur angemessenen Integration der unterschiedlichen Interessen der Marktpartner in der Wertschöpfungskette. Sie entwickeln eine Konfliktlösungskompetenz, um den Sichtweisen und Rollen der Projektpartner aus Handel und Industrie, die aus unterschiedlichen Fachabteilungen kommen, in der Supply-Chain zum Kunden Rechnung zu tragen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über das Know-how, um eine nachfrageorientierte Sortimentsstruktur auf der Basis von Shopper-Daten vor dem Hintergrund des Category-Management-Prozesses zu entwickeln. Sie können die Konsequenzen von Sortimentsentscheidungen analysieren und den Erfolg von Marketing-Aktivitäten (insb. im Bereich Platzierung, Sortiment, Preis und Verkaufsförderung) messen.

Lerneinheiten und Inhalte			
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium	
<b>Category Management</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>	
ECR-Prozess, 8 Schritte des CM-Prozesses, Grundzüge des Shopper Marketing, Kooperatives Category Management			

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
AC Nielsen//Heller, A.I./Karolefski, J.: Consumer-Centric Category Management, Hoboken, NJ: Wiley
Ahlert, D./Borchert, S. (Hrsg.): Prozessmanagement im vertikalen Marketing: Efficient Consumer Response (ECR) in Konsumgüternetzen, Berlin: Springer
Czech-Winkelmann, S.: Der neue Weg zum Kunden: Vom Trade-Marketing zum Shopper-Marketing, Frankfurt a.M.: Deutscher Fachverlag
Flint, D. J./Hovt, C./Swift, N.: Shopper Marketing: Profiting from the Place Where Suppliers, Brand Manufacturers, and Retailers Connect, Upper Saddle River, NJ:

Pearson

Frey, D. U./Hunstiger, G./Dräger P.: Shopper-Marketing: Mit Shopper Insights zu effektiver Markenführung bis an den POS, Wiesbaden: Gabler

Holweg, C.: Consumer Value im Category Management-Modell nach ECR, Wiesbaden: Gabler

Macnaughton, J./Gens, O. (Hrsg.): The Consumer and Shopper Journey Framework, Köln: ECR Europe

Moll, C.: Efficient Consumer Response - Neue Wege einer erfolgreichen Kooperation zwischen Industrie und Handel, Frankfurt a.M.: Deutscher Fachverlag

Schmickler, M./Rudolph, T., Erfolgreiche ECR-Kooperationen: Vertikales Marketing zwischen Industrie und Handel, Neuwied: Luchterhand

Schröder, H. (Hrsg): Category Management: Aus der Praxis für die Praxis, Frankfurt a.M: Deutscher Fachverlag

Seifert, D.: Efficient Consumer Response, Mering: Hampp

Voeth, M./Herbst, U.: Verhandlungsmanagement. Planung, Steuerung und Analyse, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Zielke, S.: Kundenorientierte Warenplatzierung – Modelle und Methoden für das Category Management, Stuttgart: Kohlhammer

## Führung (W3BW\_HD418)

### Leadership

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Führung	W3BW_HD418	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können verschiedene Führungsbegriffe und Führungstheorien differenzieren, benennen und erklären sowie verschiedene Konzepte des Leadership auf konkrete Führungssituationen der Unternehmenspraxis anwenden. Sie verstehen, was Spitzenorganisationen von ihren Wettbewerbern unterscheidet und beherrschen die Grundlagen und Instrumente des Personalmanagements und können diese auch auf komplexe Situationen der Unternehmenspraxis anwenden
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten Fach- und Methodenwissen sowie Problemlösungs-fähigkeiten im Bereich Personalmanagement, Führung, Management und Leadership. Dadurch können sie eigenes und fremdes Führungsverhalten sowie das Verhalten von Mitarbeitern besser verstehen. Sie erwerben damit berufsbefähigende Qualifikationen zur Bewältigung von strategischen und taktischen Aufgabenstellungen in den Bereichen Führung und Personal.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierende als angehende Führungskräfte erlangen Erkenntnisse über eigene Führungsstärken und -schwächen sowie die Fähigkeit, ihre persönlichen bzw. unternehmensspezifischen Schwerpunkte im Bereich Personalmanagement und Personalführung zu vertiefen und kritisch zu analysieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben ausreichende Kompetenzen, um sich beruflich auf die Bereiche Personal, Unternehmensführung und Mitarbeiterführung zu spezialisieren. Dabei können sie sich in das Spannungsfeld zwischen Aufgaben- und Personen-orientierung sowie zwischen Streben nach Unternehmenszielen und Individualzielen einordnen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Führung</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moderne Personalführung und Mitarbeiterführung</li> <li>• Abgrenzung Mitarbeiterführung und Leadership</li> <li>• Psychologische Grundlagen der Führung</li> <li>• Situative Führung</li> <li>• Spitzenleistungen und Spitzenorganisation</li> <li>• Einflussfaktoren und Instrumente erfolgreicher Führung</li> <li>• Ganzheitliche Führung</li> <li>• Unternehmertum</li> <li>• Führungsmethoden, gestern, heute, in Zukunft</li> <li>• Übungen zur Führung</li> </ul> <p>Dabei soll sehr stark mit Beispielen, Fallstudien und Rollenspielen gearbeitet werden</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

Bartscher, T.; Stöckl, J.; Träger, T.: Personalmanagement. Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis., Pearson

Dillerup, R./ Stoi, R.: Unternehmensführung, Vahlen Verlag

Bröckermann, R.: Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Schäffer-Poeschel

Hinterhuber, Hans: Leadership - Strategisches Denken systematisch schulen von Sokrates bis heute, 2011, Verlag Frankfurter Allgemeine Buch

Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Springer

Hümmerich, K./Lücke, O./Mauer, R., Arbeitsrecht: Vertragsgestaltung – Prozessführung – Personalarbeit – Betriebsvereinbarungen, akt. Auflage, Nomos Verlag

Kouzes, J.M. / Posner, B.Z.: Leadership Challenge, Wiley-VCH-Verlag

Lindner-Lohmann, Doris / Lohmann, Florian / Schirmer, Uwe: Personalmanagement, akt. Auflage, Springer Verlag

Lindner-Lohmann, D.; Lohmann, F.; Schirmer, U.: Personalmanagement, Springer

Northouse, Peter: Leadership – Theory and Practice, akt. Auflage, Sage Publications

Scholz, Christian : Grundzüge des Personalmanagements, akt. Auflage, Vahlen Verlag

Staehe, Wolfgang: Management, 1999, Vahlen Verlag

Steckler, B.; Pepels, W.: Handbuch für Rechtsfragen im Unternehmen, akt. Auflage, NWB Verlag

von Rosenstiel, L.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, akt. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag

Schirmer, U./ Woydt, S.: Mitarbeiterführung (BA KOMPAKT), Springer Gabler-Verlag

Weibler, Jürgen: Personalführung, akt. Auflage, Vahlen Verlag

Zentes, J. / Biesiada, H. / Schramm-Klein, H.: Performance-Leadership im Handel, Deutscher Fachverlag

Fachbeiträge (Harvard Business Manager / Review, Führung und Organisation, Organisationsentwicklung, Personalmagazin u.a.)

## Personal (W3BW\_HD419)

### Human Resources

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Personal	W3BW_HD419	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können verschiedene Führungsbegriffe und Führungstheorien differenzieren, benennen und erklären sowie verschiedene Konzepte des Leadership auf konkrete Führungssituationen der Unternehmenspraxis anwenden. Sie verstehen, was Spitzenorganisationen von ihren Wettbewerbern unterscheidet und beherrschen die Grundlagen und Instrumente des Personalmanagements und können diese auch auf komplexe Situationen der Unternehmenspraxis anwenden.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten Fach- und Methodenwissen sowie Problemlösungs-fähigkeiten im Bereich Personalmanagement, Führung, Management und Leadership. Dadurch können sie eigenes und fremdes Führungsverhalten sowie das Verhalten von Mitarbeitern besser verstehen. Sie erwerben damit beruhsbefähigende Qualifikationen zur Bewältigung von strategischen und taktischen Aufgabenstellungen in den Bereichen Führung und Personal.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierende als angehende Führungskräfte erlangen Erkenntnisse über eigene Führungsstärken und -schwächen sowie die Fähigkeit, ihre persönlichen bzw. unternehmensspezifischen Schwerpunkte im Bereich Personalmanagement und Personalführung zu vertiefen und kritisch zu analysieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben ausreichende Kompetenzen, um sich beruflich auf die Bereiche Personal, Unternehmensführung und Mitarbeiterführung zu spezialisieren. Dabei können sie sich in das Spannungsfeld zwischen Aufgaben- und Personen-orientierung sowie zwischen Streben nach Unternehmenszielen und Individualzielen einordnen.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Personal</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<p>Personalmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Überblick über das prozessorientierte Personalmanagement</li><li>• Personalbedarfsermittlung im Handel, Demographiemanagement und Personalplanung</li><li>• Personalmarketing und Personaleinstellung</li><li>• Personaleinsatz</li><li>• Personalentwicklung und Talentmanagement</li><li>• Vergütungsentwicklungen, Vergütungssystematiken und -strategien, betriebliche Sozialpolitik</li><li>• Personalverwaltung</li><li>• Personalinformationssysteme und Personalcontrolling</li><li>• Führungs- und Personalpsychologie</li><li>• Ethik in der Personalarbeit, Corporate Social Responsibility</li></ul> <p>Arbeitsrecht im Handelsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Personalvertragsstrategien wie Arbeitnehmerüberlassung, Befristungen, Werkverträge</li><li>• Flexibilisierung von Arbeitsformen (u.a. Betriebsvereinbarungen, Interessenausgleich, Teilzeitarbeit, Altersteilzeit)</li><li>• Kündigung (insb. Sonderfälle) und Arbeitszeugnis</li><li>• Outsourcing und Outplacement</li><li>• Arbeitsvertrag, arbeitsgerichtliche Verfahren</li><li>• Betriebsrat</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

  

Voraussetzungen
-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

Bartscher, T.; Stöckl, J.; Träger, T.: Personalmanagement. Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis., Pearson

Dillerup, R./ Stoi, R.: Unternehmensführung, Vahlen Verlag

Bröckermann, R.: Personalwirtschaft. Lehr- und Übungsbuch für Human Resource Management, Schäffer-Poeschel

Hinterhuber, Hans: Leadership - Strategisches Denken systematisch schulen von Sokrates bis heute, 2011, Verlag Frankfurter Allgemeine Buch

Holtbrügge, D.: Personalmanagement, Springer

Hümmerich, K./Lücke, O./Mauer, R., Arbeitsrecht: Vertragsgestaltung – Prozessführung – Personalarbeit – Betriebsvereinbarungen, akt. Auflage, Nomos Verlag

Kouzes, J.M. / Posner, B.Z.: Leadership Challenge, Wiley-VCH-Verlag

Lindner-Lohmann, Doris / Lohmann, Florian / Schirmer, Uwe: Personalmanagement, akt. Auflage, Springer Verlag

Lindner-Lohmann, D.; Lohmann, F.; Schirmer, U.: Personalmanagement, Springer

Northouse, Peter: Leadership – Theory and Practice, akt. Auflage, Sage Publications

Scholz, Christian : Grundzüge des Personalmanagements, akt. Auflage, Vahlen Verlag

Staehele, Wolfgang: Management, 1999, Vahlen Verlag

Steckler, B.; Pepels, W.: Handbuch für Rechtsfragen im Unternehmen, akt. Auflage, NWB Verlag

von Rosenstiel, L.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, akt. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag

Schirmer, U./ Woydt, S.: Mitarbeiterführung (BA KOMPAKT), Springer Gabler-Verlag

Weibler, Jürgen: Personalführung, akt. Auflage, Vahlen Verlag

Zentes, J. / Biesiada, H. / Schramm-Klein, H.: Performance-Leadership im Handel, Deutscher Fachverlag

Fachbeiträge (Harvard Business Manager / Review, Führung und Organisation, Organisationsentwicklung, Personalmagazin u.a.)

aus aktueller Orga-Einheit

## Handel 4.0 (W3BW\_HD420)

Trade 4.0

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Handel 4.0	W3BW_HD420	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralf Oppermann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls einen vertieften fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche des digitalen Handels gewonnen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zum digitalen Handel wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und ergebnisorientiert auswählen und anwenden sowie relevante rechtliche Aspekte grundlegend beurteilen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Handel 4.0</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Grundlagen der Digitalisierung (u.a. technologische Entwicklungen, gesellschaftliche Anforderungen, ökonomische Auswirkungen) Digitale Technologien (u.a. Internet der Dinge, Roboter, künstliche Intelligenz, Tipping Points) Basisfaktoren der Digitalisierung im Handel (u.a. Social Commerce, Location-based Services, Mobile Commerce) Digitale Organisationskonzepte im Handel Smarte Logistik Digitales Marketing im Handel Digitale Geschäftsmodelle im B2B und B2C Rechtsrahmen der Digitalisierung		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
keine

## Literatur

- Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Heinemann, G./Gehrckens, H. M./Wolters, U. J./dgroup GmbH (Hrsg.): Digitale Transformation oder digitale Disruption im Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Heinemann, G./Gaiser, C. W.: SoLoMo – Always-on im Handel, Wiesbaden: Springer Gabler
- Kollmann, T.; Schmidt, H.: Deutschland 4.0, Wiesbaden: Springer Gabler
- Kreutzer, R. T./Neugebauer, T./Pattloch, A.: Digital Business Leadership, Wiesbaden: Springer Gabler

## Seminar zu Handel 4.0 (W3BW\_HD421)

### Advanced seminar (Trade 4.0)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Seminar zu Handel 4.0	W3BW_HD421	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit (mit Präsentation) oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in aktuelle Fragen von Handel 4.0, in allgemeine Aspekte des Handels 4.0, und/oder Mitarbeiterführung im Bereich des Handels der Zukunft, in theoretische und/oder praktische Konzepte des Handels 4.0.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende üben themenrelevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und zu interpretieren. Die Studierenden erhalten dann im Seminar die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Themen- und problemadäquate Methoden werden ausgewählt und hinsichtlich Praktikabilität und Grenzen eigenständig eingeschätzt.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierende können sich eigenständig und ausdauernd in eine betriebswirtschaftliche Problematik einarbeiten. Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situation umgehen. Im Seminar zeigen die Absolventen ein hohes Maß an Teamorientierung und kultursensibles, tolerantes Arbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Fach- und Führungsumfeld vorzu-bereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Seminar zu Handel 4.0</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen des Handels 4.0 oder alternative Entwicklungen des Handels der Zukunft im Branchenkontext wissenschaftlich fundiert aufzubereiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.		

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Auf die konkrete Thematik bezogene, aktuelle Fachliteratur.

## Länder-, zielgruppen-, wertespezifische Besonderheiten (W3BW\_HD422)

### Aspects of Countries, Segments, and Values Specific to Commerce

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Länder-, zielgruppen-, wertespezifische Besonderheiten	W3BW_HD422	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden einen fachlichen Einblick in länder-, zielgruppen- und wertespezifische Besonderheiten und die daraus resultierenden Konsequenzen für das Handelsmanagement gewonnen und sind in der Lage die Komplexität der damit verbundenen Fragestellungen zu verstehen und handzuhaben. Sie erkennen die Bedeutung einer länder-, zielgruppen- und wertespezifischen Ausrichtung von Handel und Dienstleistungen, können ihren Nutzen bewerten und auf praxisrelevante Fragestellungen anwenden.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, die vermittelten Inhalte zu länder-, zielgruppen- und wertespezifische Besonderheiten widerzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden, Techniken bzw. Modelle problembezogen und ergebnisorientiert auswählen, anwenden und beurteilen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden gelernt auch mit komplexen Situationen umzugehen. Sie haben berufsbefähigende Qualifikationen zur Bewältigung von strategischen und taktischen Aufgabenstellungen erworben. Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen gelingt es den Studierenden, die in den Modulhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, gesellschaftliche und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren. Sie erkennen Verschiedenartigkeit als Normalzustand und Chance. Dies befähigt sie zu partizipativem, kultursensiblen und tolerantem Handeln in nationalen und multinationalen Kontexten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden die Kompetenz erworben, interkulturelle Fragen identifizieren und analysieren zu können. Sie sind dadurch befähigt, Strategien zu entwickeln, mit denen Handels- und Dienstleistungsunternehmen auf die identifizierten länderspezifischen, zielgruppenspezifischen und wertespezifischen Besonderheiten reagieren und diese zielorientiert nutzen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Länder-, zielgruppen-, wertespezifische Besonderheiten</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
- Länderspezifische Besonderheiten: Besonderheiten von Handel und Dienstleistungen in ausgewählten Ländern und Regionen (z.B. Asien, GB, Nordeuropa, Osteuropa, Südeuropa, USA, ...) - Zielgruppenspezifische Besonderheiten: Ethno-Marketing, Besonderheiten ausgewählter kultureller/herkunftsbezogener Zielgruppen auf nationalen Märkten (z.B. asiatisch-, osteuropäisch-, südeuropäisch-, türkisch-stämmige Kunden in Deutschland), intra- und interkulturelle Differenzierungen - Wertespezifischen Besonderheiten: Konsumententypologien, aktuelle Erkenntnisse der Verbraucherforschung, ausgewählte Kundentypen ( z.B. Best Ager, Lohas)		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

weiterer Modulverantwortlicher: Lehmeier, Prof. Peter; Karlsruhe

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Empfohlene Literatur entsprechend der thematischen Ausrichtung, jeweils in der neuesten Auflage:

- Bogner, T./Brunner, N.: Internationalisierung im deutschen Lebensmittelhandel: Möglichkeiten und Grenzen der Globalisierung, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag
- Dziemba, O./Wenzel, E.: Marketing 2020: die elf neuen Zielgruppen - wie sie leben, was sie kaufen, Frankfurt/M.: Campus
- Halfmann, M: (Hrsg.) Zielgruppen im Konsumentenmarketing: Segmentierungsansätze - Trends – Umsetzung, Wiesbaden: Springer Gabler
- Heringer, H.-J.: Interkulturelle Kommunikation: Grundlagen und Konzepte, Tübingen: Francke
- Kalka, J. (Hrsg.): Der Kunde im Fokus: die wichtigsten Zielgruppen im Überblick - Milieus, Lebenswelten, Konsumenten, Heidelberg: Redline
- Mohn, L. (Hrsg.): Werte - was die Gesellschaft zusammenhält, Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung
- Pittner, M.: Strategische Kommunikation für LOHAS Nachhaltigkeitsorientierte Dialoggruppen im Lebensmitteleinzelhandel, Wiesbaden: Springer Gabler

## Internationales Handelsmanagement (W3BW\_HD423)

### International Management in Commerce

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Internationales Handelsmanagement	W3BW_HD423	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden einen fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche des internationalen Handelsmanagements gewonnen und sind in der Lage die Komplexität der damit verbundenen Fragestellungen zu verstehen und handzuhaben.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, die vermittelten Inhalte zum internationalen Handelsmanagement wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden, Techniken bzw. Modelle problembezogen und ergebnisorientiert auswählen, anwenden und beurteilen
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden gelernt, auch mit komplexen Situationen umzugehen. Sie haben berufsbefähigende Qualifikationen zur Bewältigung von strategischen und taktischen Aufgabenstellungen erworben. Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen gelingt es den Studierenden, die in den Modulinhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, gesellschaftliche und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren. Sie erwerben die Fähigkeit zu partizipativem, kultursensiblen und tolerantem Handeln in multinationalen Kontexten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen haben die Studierenden die Kompetenz erworben, die Entwicklungen des internationalen Handelsmanagements zu identifizieren, zu analysieren und zu bewerten. Sie sind dadurch befähigt, erfolgreich Strategien zu entwickeln, mit denen Handelsunternehmen zielorientiert auf die identifizierten Entwicklungen reagieren können.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Internationales Handelsmanagement</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<p>- Grundlagen und Rahmenbedingungen der Internationalisierung: Ursachen und Formen der Internationalisierung, Länderselektion, Internationale Standortwahl, Möglichkeiten zur Globalisierung</p> <p>- Internationales Management: Internationale Wertschöpfung, Internationaler Einkauf und Vertrieb, Internationale Produktion, Internationale Unternehmens- und Mitarbeiterführung, Internationale Risikopotentiale und -management, Internationales Recht</p> <p>- Best Practicies in Handel und Dienstleistung: Nationale und internationale Erfolgsbeispiele in Handel und Dienstleistung</p> <p>- Internationales Benchmarking: Benchmarking-Techniken, Benchmarking-Anwendungsfelder, Benchmarking-Durchführung, vergleichende Analyse nationaler und internationaler Handels- und Dienstleistungsunternehmen anhand ausgewählter Kriterien (praxisbezogene Projekte)</p> <p>- Handels- und Dienstleistungs-Consulting: Beratungsanlässe, Beratungstechniken, Beratungsprozess, In-house Consulting, Beratung als Value Added Service</p> <p>- Internationale Entwicklungspotentiale im Handel und bei Dienstleistungen: Trendscouting, Identifizierung von Entwicklungspotentialen im Handel und bei Dienstleistungen im internationalen Kontext (praxisbezogene Projekte)</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
weiterer Modulverantwortlicher: Lehmeier, Prof. Peter; Karlsruhe
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

## Literatur

<p>Empfohlene Literatur entsprechend der thematischen Ausrichtung, jeweils in der neuesten Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ahlert, D. (Hrsg.): Internationalisierung von Vertrieb und Handel, Frankfurt/M.: Deutscher Fachverlag</li><li>- Anderer, M.: Internationalisierung im Einzelhandel: Strategien und Steuerungsmodelle, Saarbrücken: Univ., Diss.</li><li>- Backhaus, K./Voeth, M.: Internationales Marketing, Stuttgart: Schäffer Poeschel</li><li>- Berndt, R./Fantapié Altobelli, C./Sander, M.: Internationales Marketing-Management, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler</li><li>- Bruhn, M. (Hrsg.): Internationalisierung von Dienstleistungen, Wiesbaden: Gabler</li><li>- Dawson, J. (Hrsg.): Global strategies in retailing : Asian and European experiences, London u.a.: Routledge</li><li>- George, G.: Internationalisierung im Einzelhandel: Strategische Optionen und Erzielung von Wettbewerbsvorteilen, Erlangen, Nürnberg: Univ., Diss</li><li>- Lingenfelder, M.: Die Internationalisierung im europäischen Einzelhandel, Mannheim, Univ., Habil.Schr.</li><li>- Meffert, H./Burmann, C./Becker, C.: Internationales Marketing-Management. Ein markenorientierter Ansatz, Stuttgart: Kohlhammer</li><li>- Mertins, K. (Hrsg.): Benchmarking: Leitfaden für den Vergleich mit den Besten, Düsseldorf: Symposion-Publ.</li><li>- Rudolph, T./Loock, M./Kleinschrodt, A.: Strategisches Handelsmanagement: Grundlagen für den Erfolg auf internationalen Handelsmärkten, Aachen: Shaker</li><li>- Schmeisser, W./Meyer, A./Waldhart, T.: Erfolgsfaktoren und Strategien international agierender Unternehmen im deut-schen Einzelhandel : eine empirische Branchenanalyse anhand des Porter-Ansatzes, München: Mering Hampp</li><li>- Schmid, Stefan (Hrsg.): Strategien der Internationalisierung: Fallstudien und Fallbeispiele, München: Oldenbourg</li><li>- Swoboda, B.: HandelsMonitor 2009 Internationalisierung des Handels - Erfolgreiches "Going" &amp; "Being International", Frankfurt/M.: Deutscher Fachverlag</li><li>- Zentes, J. (Hrsg.): Außenhandel: Marketingstrategien und Managementkonzepte, Wiesbaden: Gabler</li><li>- Zentes, J.: Markteintrittsstrategien: Dynamik und Komplexität, Wiesbaden: Gabler</li><li>- Zentes, J./Hilt, C./Domma, P.: Global sourcing im Einzelhandel : low cost sourcing, direct sourcing, speed sourcing, Frankfurt/M.: Deutscher Fachverlag</li><li>- Zentes, J./Scheer, L./Lehnert, M.: Internationalisierungspotenziale für Verbundgruppen, Frankfurt/M. : Deutscher Fachverlag</li><li>- Zentes, J./Swoboda, B./Morschett, D.: Internationales Wertschöpfungsmanagement, München: Vahlen</li><li>- Zentes, J./ Swoboda, B./Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, München: Vahlen</li></ul>
--

## Grundlagen des International Business (W3BW\_HD424)

### Basics of International Business

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Grundlagen des International Business	W3BW_HD424	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden gewinnen einen Überblick über das Spektrum an Fragestellungen, mit denen ein Unternehmen beim Management grenzüberschreitender Geschäftstätigkeit konfrontiert ist. Die Studierenden erhalten einen vertieften fachlichen Einblick in die operationalen Strukturen der internationalen Wertschöpfungskette und des internationalen Handelsgeschehens. Sie lernen die im Außenhandel beteiligten Unternehmen kennen und verstehen, auf welche Art diese agieren. Von der internationalen Produktion, über Auslandsmarketing bis hin zum internationalen Einkauf und Vertrieb, erfahren die Studierenden die Besonderheiten grenzüberschreitender Handelsgeschäfte. Sie erlernen, wie die internationale Logistik und der Zahlungsverkehr im Ausland funktioniert, welche besonderen Dokumente für grenzüberschreitenden Handelsverkehr notwendig sind und welche Risiken bei Auslandsgeschäften bestehen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach diesem Modul sollen die Studierenden das Wissen darüber besitzen, wie die internationale Wertschöpfungskette und der Außenhandel konkret durchgeführt werden. Sie können danach bereits innerhalb ihrer Unternehmen, verschiedene Arbeitsbereiche eigenverantwortlich planen und operativ umsetzen. In weiteren Bereichen erwerben sie einen fachlich inhaltlichen Überblick, um diejenigen Rahmenbedingungen zu kennen, die zu einem erfolgreichen Agieren im internationalen Kontext befähigen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden lernen die internationale Wertschöpfungskette und den Außenhandel in seiner operativen Umsetzung und seiner Pluralität besser kennen und verstehen. Sie vertiefen ihre jeweiligen Erkenntnisse, dass es sich beim internationalen Handel in Abgrenzung zum Binnenhandel um grundlegend verschiedene Marktsegmente handelt, die in allen betrachteten Bereichen ein Spezialwissen und darauf aufbauend eine unterschiedliche Handlungsweise bedarf. Sie durchdringen die Rollen und Ansprüche der im Außenhandel Beteiligten und werden mit deren Komplexität vertraut. Die Funktion von Bedürfnis und Austauschbeziehung in einem international agierenden Wirtschaftssystem sollen erkannt und reflektiert werden.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die Kompetenzen erworben, in einigen international agierenden Bereichsfeldern ihrer Ausbildungsunternehmen eigenverantwortlich zu agieren. Sie besitzen die Fähigkeit über komplexe grenzüberschreitende Themenbereiche sowohl mit unternehmensinternen Fachabteilungen, wie auch mit externen Institutionen respektive Dienstleistern in diskursiven Dialog zu treten.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen des International Business</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<p>- International Business: Strategien und Organisation, Logistik und Zollbestimmungen, Finanzierung, Wechselkurspolitik, Währungsabsicherung</p> <p>- International Trade: Theorie des internationalen Handels, Politik des Welthandels, Wirtschaftsräume und internationale Abkommen, Internationales Recht</p> <p>- Internationaler Einkauf und Produktion, Außenhandelsmarketing und Vertrieb: Erscheinungsformen, Marktteilnehmer, Vertriebsstrukturen, Geschäftsmodelle, Einkaufs- und Absatzmarktforschung, Marktselektion, Marketingstrategien, Absatzprognosen, Marketingplanung im Außenhandel,</p> <p>- Rechtliche Rahmenbedingungen des Außenhandels und Außenhandelslogistik: Außenwirtschafts- und Zollrecht, Internationales Kaufvertragswesen Seefracht, Luftfracht, Eisenbahn- und Straßengüterverkehr, Internationale Lieferbedingungen, Außenhandelsdokumentation, etc.</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
Vorlesungen des 1. und 2. Studienjahres

## Literatur

<p>Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Berndt, R. u.a.: Internationales Marketing-Management. Berlin: Springer</li><li>- Gramlich, Ludwig: Internationales Wirtschaftsrecht. Berlin: Springer</li><li>- Häberle, H.: Handbuch der Außenhandelsfinanzierung. Das große Buch der inter-nationalen Zahlungs-, Sicherungs- und Finanzierungsinstrumente. München: Oldenbourg</li><li>- Holtbrügge, D. / Welge, M.K.: Internationales Management, Stuttgart: Schäffer Poeschel</li><li>- Kutschker, M. / Schmid, S.: Internationales Management. München: Oldenbourg</li><li>- Tayeb, Monir: International Business : theories, policies and practices: London: Financial Times/Prentice Hall</li><li>- Böttger C-U., Winter, C. Verkehrslehre des Außenhandels. Hamburg: Feldhaus</li><li>- Büter, C. Außenhandel : Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen. Heidelberg, Springer</li><li>- Hofmann et al.: Spedition und Logistik, Heft 3 Außenhandel;</li><li>- Hisrich, R.D. International Entrepreneurship. Thousand Oaks, Sage</li><li>- Jahrmann, F.U.: Außenhandel. Herne, Kiehl</li><li>- Reuvid, J, Sherlock, J. International Trad. London</li></ul>
---

## Management internationaler Unternehmen (W3BW\_HD425)

### Management of international companies

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Management internationaler Unternehmen	W3BW_HD425	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Thomas Schmidt

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden gewinnen ein vertieftes Verständnis für die Besonderheiten von Menschen, Kulturen, Bedürfnissen und politischen und wirtschaftlichen Systemen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Teilnehmer können Probleme und Konflikte in einem interkulturellen Team erkennen und Lösungen erarbeiten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können ihre individuellen kulturellen Kompetenzen einschätzen und diese mit spezifischen, internationalen Fremdwahrnehmungen abgleichen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Den Teilnehmern ist es möglich, selbstständig eine arbeitsförderliche und motivierende Teamkultur Bedingungen in einem international zusammengesetzten Team zu schaffen sowie konstruktive Rückmeldungen zu geben und zu empfangen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Management internationaler Unternehmen</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
- Interkulturelles Management: Kulturelle Besonderheiten, Globe-Studien u.a., Internationales Marketing, PESTL u.a. - Integration internationaler Unternehmen: Integrative Organisationsformen, Koordination und Integration, Gestaltung von internationalen Wertschöpfungsketten, Projektmanagement u.a.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
Vorlesungen der ersten beiden Studienjahre

Literatur
Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:
- Berndt, R. u.a.: Internationales Marketing-Management. Berlin: Springer
- Gramlich, Ludwig: Internationales Wirtschaftsrecht. Berlin: Springer
- Häberle, H.: Handbuch der Außenhandelsfinanzierung. Das große Buch der inter-nationalen Zahlungs-, Sicherungs- und Finanzierungsinstrumente. München: Oldenbourg
- Holtbrügge, D. / Welge, M.K.: Internationales Management, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Kutschker, M. / Schmid, S.: Internationales Management. München: Oldenbourg
- Opper, K.: Business Knigge international, Freiburg: Haufe
- Tayeb, Monir: International Business : theories, policies and practices: London: Financial Times/Prentice Hall

## Internationale Wertschöpfungskette (W3BW\_HD426)

### International value chain

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Internationale Wertschöpfungskette	W3BW_HD426	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	In diesem Modul erhalten die Studierenden einen vertieften fachlichen Einblick in die operationalen Strukturen der internationalen Wertschöpfungskette und des internationalen Handelsgeschehens. Sie lernen die im Außenhandel beteiligten Unternehmen kennen und verstehen, auf welche Art diese agieren. Von der internationalen Produktion, über Auslandsmarketing bis hin zum internationalen Einkauf und Vertrieb, erfahren die Studierenden die Besonderheiten grenzüberschreitender Handelsgeschäfte. Sie erlernen, wie die internationale Logistik und der Zahlungsverkehr im Ausland funktioniert, welche besonderen Dokumente für grenzüberschreitenden Handelsverkehr notwendig sind und welche Risiken bei Auslandsgeschäften bestehen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach diesem Modul sollen die Studierenden das Wissen darüber besitzen, wie die internationale Wertschöpfungskette und der Außenhandel konkret durchgeführt werden. Sie können danach bereits innerhalb ihrer Unternehmen, verschiedene Arbeitsbereiche eigenverantwortlich planen und operativ umsetzen. In weiteren Bereichen erwerben sie einen fachlich inhaltlichen Überblick, um diejenigen Rahmenbedingungen zu kennen, die zu einem erfolgreichen Agieren im internationalen Kontext befähigen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden lernen die internationale Wertschöpfungskette und den Außenhandel in seiner operativen Umsetzung und seiner Pluralität besser kennen und verstehen. Sie vertiefen ihre jeweiligen Erkenntnisse, dass es sich beim internationalen Handel in Abgrenzung zum Binnenhandel um grundlegend verschiedene Marktsegmente handelt, die in allen betrachteten Bereichen ein Spezialwissen und darauf aufbauend eine unterschiedliche Handlungsweise bedarf. Sie durchdringen die Rollen und Ansprüche der im Außenhandel Beteiligten und werden mit deren Komplexität vertraut. Die Funktion von Bedürfnis und Austauschbeziehung in einem international agierenden Wirtschaftssystem sollen erkannt und reflektiert werden.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die Kompetenzen erworben, in einigen international agierenden Bereichsfeldern ihrer Ausbildungsunternehmen eigenverantwortlich zu agieren. Sie besitzen die Fähigkeit über komplexe grenzüberschreitende Themenbereiche sowohl mit unternehmensinternen Fachabteilungen, wie auch mit externen Institutionen respektive Dienstleistern in diskursiven Dialog zu treten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Internationale Wertschöpfungskette</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Erscheinungsformen internationaler Unternehmen, Marktteilnehmer, Vertriebsstrukturen, Geschäftsmodelle, Einkaufs- und Absatzmarktforschung, Marktselektion, Marketingstrategien, Absatzprognosen, Marketingplanung im Außenhandel, Außenwirtschafts- und Zollrecht, Internationales Kaufvertragswesen, Seefracht, Luftfracht, Eisenbahn- und Straßengüterverkehr, Internationale Lieferbedingungen, Außenhandelsdokumentation;		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

Vorlesungen des 1. und 2. Studienjahres

## Literatur

jeweils die neueste Auflage:

- Böttger C-U., Winter, C. Verkehrslehre des Außenhandels;
- Büter, C. Außenhandel : Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen;
- Hofmann et al.: Spedition und Logistik, Heft 3 Außenhandel;
- Hisrich, R.D. International Entrepreneurship;
- Jahrmann, F.U.: Außenhandel;
- Jahrmann, F.U. Außenhandel kompakt;
- Reuvid, J, Sherlock, J. International Trade;

## Internationaler Vertrieb – spezifische vertiefende Aspekte (W3BW\_HD427)

### International Sales

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Internationaler Vertrieb – spezifische vertiefende Aspekte	W3BW_HD427	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Hubert Speth

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	In diesem Modul erhalten die Studierenden einen vertieften fachlichen Einblick in besondere Aspekte der operationalen Strukturen des internationalen Handelsgeschehens und vertiefen diese, insbesondere im Hinblick auf die finanziellen Bereiche.
<b>Methodenkompetenz</b>	Nach diesem Modul sollen die Studierenden das Wissen darüber besitzen, wie Außenhandel konkret durchgeführt wird. Sie können danach bereits innerhalb ihrer Unternehmen, verschiedene Arbeitsbereiche eigenverantwortlich planen und operativ umsetzen. In weiteren Bereichen erwerben sie einen fachlich inhaltlichen Überblick, um diejenigen Rahmenbedingungen zu kennen, die zu einem erfolgreichen Agieren im internationalen Kontext befähigen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden lernen den Außenhandel in seiner operativen Umsetzung und seiner Pluralität besser kennen und verstehen. Sie vertiefen ihre jeweiligen Erkenntnisse, dass es sich beim internationalen Handel in Abgrenzung zum Binnenhandel um grundlegend verschiedene Marktsegmente handelt, die in allen betrachteten Bereichen ein Spezialwissen und darauf aufbauend eine unterschiedliche Handlungsweise bedarf. Sie durchdringen die Rollen und Ansprüche der im Außenhandel Beteiligten und werden mit deren Komplexität vertraut. Die Funktion von Bedürfnis und Austauschbeziehung in einem international agierenden Wirtschaftssystem sollen erkannt und reflektiert werden.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls haben die Studierenden die Kompetenzen erworben, in einigen international agierenden Bereichsfeldern ihrer Ausbildungsunternehmen eigenverantwortlich zu agieren. Sie besitzen die Fähigkeit über komplexe grenzüberschreitende Themenbereiche sowohl mit unternehmensinternen Fachabteilungen, wie auch mit externen Institutionen respektive Dienstleistern in diskursiven Dialog zu treten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Internationaler Vertrieb – spezifische vertiefende Aspekte</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Finanzwirtschaftliche Prozesse, Auslandszahlungsverkehr, Zahlungsbedingungen, Dokumenteninkasso, Dokumentenakkreditive Risiko, Risikopolitik, Risikoarten, Transportversicherung, Ausfuhrkreditversicherung, Planspiel mit einer spezifischen internationalen Vertriebssoftware;		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
Vorlesungen des 1. und 2. Studienjahres

Literatur

jeweils die neueste Auflage:

- Böttger C-U., Winter, C. Verkehrslehre des Außenhandels;
- Büter, C. Außenhandel : Grundlagen internationaler Handelsbeziehungen;
- Hofmann et al.: Spedition und Logistik, Heft 3 Außenhandel;
- Hisrich, R.D. International Entrepreneurship;
- Jahrmann, F.U.: Außenhandel;
- Jahrmann, F.U. Außenhandel kompakt;
- Reuvid, J, Sherlock, J. International Trade;

aus aktueller Orga-Einheit

## International Trade Management (W3BW\_HD428)

### International Trade Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
International Trade Management	W3BW_HD428	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Ralf Oppermann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls einen vertieften fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche des internationalen Handelsmanagements gewonnen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zum internationalen Handelsmanagement wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und ergebnisorientiert auswählen und anwenden sowie relevante rechtliche Aspekte grundlegend beurteilen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster mit denen sie Managementprobleme zielorientiert bewältigen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>International Trade Management</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Grundlagen des internationalen Handelsmanagements Internationale Beschaffung und Logistik Internationales Marketing/internationaler Vertrieb Aspekte des Internationalen Personalwesens Aspekte internationaler Finanzierung und Rechnungslegung Intercultural and Crosscultural Competence Internationales Kaufrecht Internationales Wettbewerbsrecht		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
keine

Literatur

- Berndt, R./Fantapie Altobelli, C./Sander, M.: Internationales Marketing-Management, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Büter, C.: Außenhandel, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Fülber, R.U./Gassen/J./Sellhorn, T.: Internationale Rechnungslegung, IFRS 1 bis 13, IAS 1 bis 41, IFRIC-Interpretationen, Standardentwürfe, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Funk, W.; Rossmannith, J. (Hrsg.): Internationale Rechnungslegung und internationales Controlling, Wiesbaden: Gabler
- Gildeggen, R./Willburger, A.: Internationale Handelsgeschäfte, München: Vahlen
- Lustig M. W./Koester, J.: Intercultural Competence, London: Pearson
- Stocker, K.: Management internationaler Finanz- und Währungsrisiken, Wiesbaden: Springer Gabler
- Zentes, J./Swoboda, B./Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, München: Vahlen

## Seminar zum Internationalen Management (W3BW\_HD429)

### Advanced Seminar (International Management)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Seminar zum Internationalen Management	W3BW_HD429	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Seminar, Projekt, Laborübung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit (mit Präsentation) oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in geschichtliche oder aktuelle Fragen des Internationalen Managements, in allgemeine Aspekte des Internationalen Managements und/oder der Mitarbeiterführung im internationalen Kontext, in theoretische und/oder praktische Konzepte des Internationalen Managements.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende üben themenrelevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und zu interpretieren. Die Studierenden erhalten dann im Seminar die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Themen- und problemadäquate Methoden werden ausgewählt und hinsichtlich Praktikabilität und Grenzen eigenständig eingeschätzt.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierende können sich eigenständig und ausdauernd in eine betriebswirtschaftliche Problematik einarbeiten. Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situation umgehen. Im Seminar zeigen die Absolventen ein hohes Maß an Teamorientierung und kultursensibles, tolerantes Arbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Fach- und Führungsumfeld vorzu-bereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Seminar zum Internationalen Management</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen im Internationalen Management oder alternative Entwicklungen des Internationalen Managements im Branchenkontext wissenschaftlich fundiert aufzubereiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Fach- und Führungsumfeld vorzubereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Auf die konkrete Thematik bezogene, aktuelle Fachliteratur

## Logistische Aspekte des Wirtschaftens (W3BW\_HD430)

### Logistics and the economy

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Logistische Aspekte des Wirtschaftens	W3BW_HD430	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Planspiel/Simulation, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die spezifischen Perspektiven der (Handels-) Logistik darstellen, erklären und einordnen können. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Entscheidungsprobleme, die typischerweise in der Logistik auftauchen, eingehend zu analysieren. Darauf aufbauend beherrschen sie die behandelten Elemente und Werkzeuge des Logistik-Managements in modulübergreifender, interdisziplinärer und lösungsorientierter Weise.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zum Management in der Logistik gedanklich zu durchdringen und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und zielorientiert auswählen und anwenden. Sie haben die Kompetenzen erworben, um geeignete Techniken und Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Elemente im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung (selbst-)kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Zentrales Merkmal des Moduls ist es, die Studierenden zu befähigen, wichtige Entwicklungen innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu erkennen und das eigene Entscheidungsverhalten unter Rückgriff auf die einschlägigen Methoden auf diese Entwicklungen hin erfolgszielorientiert auszurichten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Logistische Aspekte des Wirtschaftens</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gesamt- und einzelwirtschaftliche Aspekte der Logistik</li> <li>- Logistikstrategien</li> <li>- Informations- und Kommunikationssysteme in der Logistik</li> <li>- Inner- und außerbetrieblicher Transport und Umschlag</li> <li>- Logistikcontrolling</li> <li>- Besondere Aspekte der Beschaffungs-, Produktions-, Absatz- und Retrologistik</li> <li>- Management logistischer Projekte</li> <li>- Nachhaltigkeitsaspekte in der Logistik</li> <li>- Logistik 4.0</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Zu verwenden sind die jeweils neuesten Auflagen der Lehrwerke.

- Bousonville, T.: Logistik 4.0: Die digitale Transformation der Wertschöpfungskette, Heidelberg: Springer Gabler
- Fortmann, K./Kallweit, A.: Logistik, Stuttgart: Kohlhammer
- Göpfert, I. (Hg.): Logistik der Zukunft - Logistics for the Future, Heidelberg: Springer Gabler
- Koch, S.: Logistik: Eine Einführung in Ökonomie und Nachhaltigkeit, Berlin: Springer
- Schulte, C.: Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain, München: Vahlen
- Voß, P. (Hg.): Logistik – eine Industrie, die (sich) bewegt: Strategien und Lösungen entlang der Supply Chain 4.0, Heidelberg: Springer Gabler
- Wehberg, G.: Logistik 4.0: Komplexität managen in Theorie und Praxis, Heidelberg: Springer Gabler

## Seminar zur Logistik (W3BW\_HD431)

### Advanced seminar (Logistics)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Seminar zur Logistik	W3BW_HD431	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Seminar, Projekt, Laborübung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit (mit Präsentation) oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in geschichtliche oder aktuelle Fragen der Logistik, in allgemeine Aspekte der Unternehmenslogistik und/oder Mitarbeiterführung im Logistikbereich, in theoretische und/oder praktische Konzepte der Unternehmenslogistik.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende üben themenrelevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und zu interpretieren. Die Studierenden erhalten dann im Seminar die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich-theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Themen- und problemadäquate Methoden werden ausgewählt und hinsichtlich Praktikabilität und Grenzen eigenständig eingeschätzt.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierende können sich eigenständig und ausdauernd in eine betriebswirtschaftliche Problematik einarbeiten. Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situation umgehen. Im Seminar zeigen die Absolventen ein hohes Maß an Teamorientierung und kultursensibles, tolerantes Arbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Fach- und Führungsumfeld vorzu-bereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Seminar zur Logistik</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen der Logistikmanagementlehre oder alternative Entwicklungen des Logistikmanagements im Branchenkontext wissenschaftlich fundiert aufzubereiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.		

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-



## Vertiefung Handelslogistik (W3BW\_HD432)

### Specialisation logistics of commercial companies

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Vertiefung Handelslogistik	W3BW_HD432	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten in Ergänzung zum Modul Supply Chain Management eine Vertiefung im Hinblick auf die Planung von den Logistikelementen: Lager, Kommissionierung, Transport und Beschaffung. Es wird darauf fokussiert, dass die Studierenden diese Bereiche in Zukunft selbständig planen können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen im Hinblick auf die Planung von den Logistiksystemteilkomponenten Beschaffung, Lager und Transport; die Studierenden erhalten durch die Betrachtung der Beschaffung, der Lagerhaltung und Kommissionierung und der Distribution ein vertieftes Gespür für die Zusammenhänge der Logistik.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erwerben in diesem Modul Kenntnisse der Vorgehensweisen und Wirkungsweisen von planenden Entscheidungen auf die Logistikergebnisse.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz für Planungstätigkeiten von Logistikteilsystemen im Unternehmen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Vertiefung Handelslogistik</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Vertiefung der im Bereich Supply Chain Management kennen gelernten Kenntnisse im Hinblick auf die Lagersystemplanung mit Hilfe von betrieblichen Fallbeispielen und Fallstudien. Vertiefung der im Bereich Supply Chain Management kennen gelernten Kenntnisse im Hinblick auf die Bereich Distribution, Entsorgung und insbesondere in Bezug auf die Spedition, deren Arbeitsweise und die Tourenplanung. Vertiefung der im Bereich Supply Chain Management kennen gelernten Kenntnisse im Hinblick auf die Systemversorgung im Bereich der Beschaffung, Sondereilbeschaffungen, etc..		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur

jeweils die neueste Auflage:

Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling; Springer-Gabler Verlag

Harder, V.: Lager- und Materialflussplanung: Standardisierte Vorgehensweise zur Erstellung von Lastenheften für die Lagerplanung und Lageroptimierung, Eigenverlag

Cetin, D.: Die modernen Förder- und Kommissioniersysteme Pick-to-Light, Pick-by-Voice und Fahrerlose Trans-portsysteme, Bachelor + Master Publishing.

Lasch, R.: Strategisches und Operatives Logistikmanagement: Distribution, Springer-Gabler Verlag

Pfohl H.-C.: Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen; Springer-Verlag

## Vertiefung SCM und Produktionslogistik (W3BW\_HD433)

### Specialisation supply chain management and production logistics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Vertiefung SCM und Produktionslogistik	W3BW_HD433	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten in Ergänzung zum Modul Supply Chain Management eine Vertiefung zur Produktionslogistik und dem übergreifenden SCM-Aufbau von Hard- und Software. Dabei wird ein Schwerpunkt auf das Controlling und die Verbesserung der Systeme gelegt. Es wird darauf fokussiert, dass die Studierenden diese Bereiche in Zukunft selbständig planen können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen im Hinblick auf die Planung von den Logistiksystemteilkomponenten im Bereich der Produktion und übergreifenden Gestaltung von SCM-Systemen, von Hard- und Software und deren Optimierung. Die Studierenden erhalten vertiefte Kenntnisse für die Zusammenhänge der Logistik.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erwerben in diesem Modul Kenntnisse für die Wirkungsweise von planenden Entscheidungen auf die Logistikergebnisse.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Moduls besitzen die Studierenden die Kompetenz zur Planung und Optimierung von Logistiksystemen im Unternehmen und in Wertschöpfungsketten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Vertiefung SCM und Produktionslogistik</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<p>Produktionslogistik, Vertiefung Strukturplanung: Kennenlernen der Besonderheiten der Produktionslogistik und Fabrikplanung im Kontext einer durchgängigen Wertschöpfungskette.</p> <p>Logistiksysteme – Hard- und Softwareplanung: Kennenlernen der technologischen Entwicklungen bei den Hard- und Softwaresystemen und das Erleben von übergreifender Systemplanung mit Auswahl von Hard- und Software in aktuellen Situationen. Eigenverantwortliche Durchführung solcher Planungen anhand von Fallstudien.</p> <p>Logistikcontrolling und Prozessoptimierung: Vertiefung des Themenbereichs Logistikcontrolling mit der Zielstellung der Prozessoptimierung im Bereich der übergreifenden Logistik.</p>		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

## Literatur

jeweils die neueste Auflage:

Werner, H.: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Springer-Gabler Verlag

Wiendahl H.-P. und Reichardt J.: Handbuch Fabrikplanung: Konzept, Gestaltung und Umsetzung wandlungsfähiger Produktionsstätten; Hanser-Verlag

Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen; Springer Verlag

Czenskowsky, T. und Piontek, J.: Logistikcontrolling: Marktorientiertes Controlling der Logistik und der Supply Chain; Deutscher Betriebswirte-Verlag

Füermann, T. und Dammasch, C.: Prozessmanagement: Anleitung zur ständigen Prozessverbesserung, Hanser-Verlag

## DIY-Management (W3BW\_HD434)

### Management in the DIY industry

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
DIY-Management	W3BW_HD434	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die spezifischen Perspektiven des DIY-Handelsmanagements darstellen, erklären und einordnen können. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Entscheidungsprobleme in der DIY-Branche, eingehend zu analysieren. Darauf aufbauend beherrschen sie die behandelten Elemente und Werkzeuge des DIY-Managements in modulübergreifender, interdisziplinärer und lösungsorientierter Weise.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierende sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zum Management in der DIY-Branche gedanklich zu durchdringen und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und zielorientiert auswählen und anwenden. Sie haben die Kompetenzen erworben, um geeignete Techniken und Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Elemente im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung (selbst-)kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Zentrales Merkmal des Moduls ist es, die Studierenden zu befähigen, wichtige Entwicklungen innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu erkennen und das eigene Entscheidungsverhalten unter Rückgriff auf die einschlägigen Methoden auf diese Entwicklungen hin erfolgszielorientiert auszurichten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>DIY-Management</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strukturanalyse der nationalen und internationalen DIY-Märkte</li> <li>- DIY-Handelsmanagement</li> <li>- Unternehmens- und Personalführung in DIY-Märkten</li> <li>- Supply Chain Management in der DIY-Branche</li> <li>- DIY-Franchise-Systeme</li> </ul>		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
Zu verwenden sind die jeweils neuesten Auflagen der Lehrwerke.

- Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung: Management & Leadership, München: Vahlen
- Zentes, J./Swoboda, B./Foscht, T.: Handelsmanagement, München: Vahlen
- Riedl, H./Schwenken, C: Praxisleitfaden Franchising: Strategien und Werkzeuge für Franchisegeber und -nehmer, Heidelberg: Springer Gabler
- Röderstein, R.: Erfolgsfaktoren im Supply Chain Management der DIY-Branche, Wiesbaden: Gabler

aus aktueller Orga-Einheit

## Seminar zum DIY-Management (W3BW\_HD435)

Advanced seminar (Management in the DIY industry)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Seminar zum DIY-Management	W3BW_HD435	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Seminar, Projekt, Laborübung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit (mit Präsentation) oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in geschichtliche und aktuelle Fragen des Managements in der DIY-Branche, in allgemeine Aspekte des DIY-Managements und/oder der Mitarbeiterführung im DIY-Bereich, in theoretische und /oder praktische Konzepte des DIY-Managements.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende üben themenrelevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und zu interpretieren. Die Studierenden erhalten dann im Seminar die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich-theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Themen- und problemadäquate Methoden werden ausgewählt und hinsichtlich Praktikabilität und Grenzen eigenständig eingeschätzt.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierende können sich eigenständig und ausdauernd in eine betriebswirtschaftliche Problematik einarbeiten. Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situation umgehen. Im Seminar zeigen die Absolventen ein hohes Maß an Teamorientierung und kultursensibles, tolerantes Arbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Fach- und Führungsumfeld vorzu-bereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Seminar zum DIY-Management	50,0	100,0
-		

Besonderheiten und Voraussetzungen
Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

Literatur
Auf die konkrete Thematik bezogene, aktuelle Fachliteratur



## Management in KMU (W3BW\_HD436)

### Management of small and medium-sized enterprises (SME)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Management in KMU	W3BW_HD436	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die spezifischen Perspektiven des Managements in kleinen und mittelständischen (Handels-)Unternehmen darstellen, erklären und einordnen können. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Entscheidungsprobleme, die typischerweise in kleinen und mittleren Unternehmen auftauchen, eingehend zu analysieren. Darauf aufbauend beherrschen sie die behandelten Elemente und Werkzeuge des KMU-Managements in modulübergreifender, interdisziplinärer und lösungsorientierter Weise.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zum Management in KMU gedanklich zu durchdringen und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und zielorientiert auswählen und anwenden. Sie haben die Kompetenzen erworben, um geeignete Techniken und Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulinhalt angesprochenen Elemente im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung (selbst-)kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Zentrales Merkmal des Moduls ist es, die Studierenden zu befähigen, wichtige Entwicklungen innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu erkennen und das eigene Entscheidungsverhalten unter Rückgriff auf die einschlägigen Methoden auf diese Entwicklungen hin erfolgszielorientiert auszurichten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Management in KMU</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Strukturanalyse der kleinen und mittelständischen (Handels-)Unternehmen</li> <li>- Managementprozesse in KMU</li> <li>- Mittelstandsfinanzierung</li> <li>- Kleine und mittelständische (Handels-)Unternehmen in der Supply Chain</li> <li>- Netzwerkbildung kleiner und mittelständischer Unternehmen</li> <li>- Aspekte des Lebenszyklus von KMU</li> </ul>		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

## Literatur

Zu verwenden sind die jeweils neuesten Auflagen der Lehrwerke.

- Goeke, Manfred: Praxishandbuch Mittelstandsfinanzierung, Wiesbaden: Gabler
- Gutknecht, Klaus: (Hrsg.): Erfolgreich im mittelständischen Handel : erprobte Methoden, Hilfsmittel und Erfolgsstrategien, Wolnzach: Kastner
- Gutknecht, Klaus: Innovationsmanagement im Handel, Wolnzach: Kastner
- Huf, Kerstin: Zur Dynamik des Konsumentenverhaltens im mittelständischen Einzelhandel, Frankfurt am Main: Lang
- Reinemann, Holger: Mittelstandsmanagement : Einführung in Theorie und Praxis, Stuttgart : Schäffer-Poeschel.
- Sydow, Jörg: Management interorganisationaler Beziehungen: Netzwerke - Cluster – Allianzen, Stuttgart: Kohlhammer

## Seminar zum Management in KMU (W3BW\_HD437)

### Advanced seminar (Management of SME)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Seminar zum Management in KMU	W3BW_HD437	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Seminar, Projekt, Laborübung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit (mit Präsentation) oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	Siehe Prüfungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in geschichtliche und aktuelle Fragen des Managements in kleineren und mittleren Unternehmen, in allgemeine Aspekte des KMU-Managements und/oder der Mitarbeiterführung in kleinen und mittleren Unternehmen, in theoretische und/oder praktische Konzepte des KMU-Managements.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende üben themenrelevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und zu interpretieren. Die Studierenden erhalten dann im Seminar die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Themen- und problemadäquate Methoden werden ausgewählt und hinsichtlich Praktikabilität und Grenzen eigenständig eingeschätzt.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierende können sich eigenständig und ausdauernd in eine betriebswirtschaftliche Problematik einarbeiten. Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situation umgehen. Im Seminar zeigen die Absolventen ein hohes Maß an Teamorientierung und kultursensibles, tolerantes Arbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Fach- und Führungsumfeld vorzu-bereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Seminar zum Management in KMU</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen im Management kleiner und mittlerer Unternehmen oder alternative Entwicklungen des KMU-Managements im Branchenkontext wissenschaftlich fundiert aufzubereiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.		

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-



## Kundenpsychologie und Markenführung (W3BW\_HD438)

### client types and adequate brand management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Kundenpsychologie und Markenführung	W3BW_HD438	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertiefenden fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche des klassischen, persönlichen Marketings und Vertriebs, hier der Kundenpsychologie und der Markenführung.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen sowie analytische Fähigkeiten und Problemlösungsfähigkeiten in den Bereichen des klassischen, persönlichen Marketings und Vertriebs. Die Studierenden erwerben damit berufsbefähigende Qualifikationen zur Bewältigung von strategischen und taktischen Aufgabenstellungen in dieser Vertiefung des klassischen, persönlichen Marketings und Vertrieb über eine angemessene Kundenpsychologie und die zugehörige Markenorientierung und -führung. Darüber hinaus werden Kommunikations- und Teamfähigkeiten weiter vertieft.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, ihre persönlichen bzw. unternehmensspezifischen Schwerpunkte im Bereich des klassischen persönlichen Marketings und Vertriebs reflexiv zu vertiefen und kritisch zu analysieren. Sie erkennen dadurch die Relevanz der behandelten Themenbereiche für die Weiterentwicklung ihrer Unternehmen und können diese Kompetenz im inner- sowie außerbetrieblichen sozioökonomischen Kontext umsetzen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Wahlmoduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, eigenständig in den Bereichen des klassischen, persönlichen Marketings und Vertriebs mit entsprechender Berücksichtigung der Kundenpsychologie und zugehöriger adäquater Markenführung zu arbeiten und darüber erfolgreich zu verkaufen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Kundenpsychologie und Markenführung</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Vertiefung der Kundentypologien, Umgang mit Kundentypen und des nachhaltigen Beziehungsaufbaus, Strategien im (persönlichen) Vertrieb zum Erreichen eines erfolgreichen Verkaufsabschlusses, Vertiefung des Markenbegriffs, der Markenführung, dem erfolgreichen Markenmanagement (Hersteller und Handelsmarke), etc.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur

jeweils die neueste Auflage: Schmidt, H. J.: Markenführung (Studienwissen kompakt), Springer-Gabler  
Zich, C.: Intelligente Werbung, Exzellentes Marketing: Ein praktischer Leitfaden zu Kundenpsychologie und Neuromarketing, Prozessen und Partnermanagement, Publicis  
Bruhn, M.: Kundenorientierung. Bausteine für ein exzellentes Customer Relationship Management (CRM), dtv.  
Schneider, W.: Marketing und Käuferverhalten, Oldenbourg  
Schnauffer, R. und Jung, H.-H: CRM - Entscheidungen richtig treffen.  
Die unternehmensindividuelle Ausgestaltung der Anbieter-Kunden-Beziehung, Springer-Verlag

## Vertiefende Elemente des persönlichen Verkaufs (W3BW\_HD439)

### Further elements of the personal sales process

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Vertiefende Elemente des persönlichen Verkaufs	W3BW_HD439	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertiefenden fachlichen Einblick in ausgewählte Elemente des klassischen, persönlichen Marketings und Vertriebs.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten theoretisch fundiertes Fach- und Methodenwissen sowie analytische Fähigkeiten und Problemlösungsfähigkeiten in den Bereichen des klassischen, persönlichen Marketings und Vertriebs. Die Studierenden erwerben damit berufsbefähigende Qualifikationen zur Bewältigung von strategischen und taktischen Aufgabenstellungen im klassischen, persönlichen Marketing und Vertrieb. Darüber hinaus werden Kommunikations- und Teamfähigkeiten weiter vertieft
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, ihre persönlichen bzw. unternehmensspezifischen Schwerpunkte im Bereich des klassischen persönlichen Marketings und Vertriebs reflexiv zu vertiefen und kritisch zu analysieren. Sie erkennen dadurch die Relevanz der behandelten Themenbereiche für die Weiterentwicklung ihrer Unternehmen und können diese Kompetenz im inner- sowie außerbetrieblichen sozioökonomischen Kontext umsetzen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Beendigung des Wahlmoduls besitzen die Studierenden die Kompetenz, eigenständig in den Bereichen des klassischen, persönlichen Marketings und Vertriebs zu arbeiten und sich innerhalb der Branche auf diese Arbeitsbereiche zu spezialisieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Vertiefende Elemente des persönlichen Verkaufs</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Vertiefung der Besonderheiten der Produktpräsentation gekoppelt mit einem Projekt zur Bewertung und Optimierung von Präsentationen in der Praxis (Store-Checks). Vertiefung der Besonderheiten des Servicemanagements über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg für Industrie, Handels- und Handwerksunternehmen, Vertiefung der Konzeption und Planung von Veranstaltungen gekoppelt mit einem entsprechenden Projekt.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

## Literatur

jeweils die neueste Auflage:

Haller, S.: Dienstleistungsmanagement : Grundlagen – Konzepte - Instrumente, Gabler Verlag

Pepels, W.: Servicemanagement, Oldenburg-Verlag

Ebster, C. und Garaus, M.: Räume die zum Kauf verführen - Store Design und visual Merchandising

von Graeve, M.: Veranstaltungen organisieren (Haufe TaschenGuide)

Dinkel, M. und Luppold, S.: Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Oldenburg-Verlag

## Management von Marktbeziehungen (W3BW\_HD440)

### Management of market relationships

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Management von Marktbeziehungen	W3BW_HD440	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die spezifischen Perspektiven des Marketingmanagements darstellen, erklären und einordnen können. Sie sind in der Lage, die wesentlichen Entscheidungsprobleme, die typischerweise im Management von Marktbeziehungen auftauchen, eingehend zu analysieren. Darauf aufbauend beherrschen sie die behandelten Elemente und Werkzeuge des Marketingmanagements in modulübergreifender, interdisziplinärer und lösungsorientierter Weise.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte zum Management von Marktbeziehungen gedanklich zu durchdringen und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und zielorientiert auswählen und anwenden. Sie haben die Kompetenzen erworben, um geeignete Techniken und Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Elemente im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung (selbst-)kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Zentrales Merkmal des Moduls ist es, die Studierenden zu befähigen, wichtige Entwicklungen innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu erkennen und das eigene Entscheidungsverhalten unter Rückgriff auf die einschlägigen Methoden auf diese Entwicklungen hin erfolgszielorientiert auszurichten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Marketingmanagement</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wesen, Aufgaben und Ebenen des Marketingmanagements</li> <li>- Psychologische Aspekte des Marketingmanagements</li> <li>- Digitales Marketingmanagement</li> <li>- Kundenmanagement</li> <li>- Markenmanagement</li> <li>- Marketingforschung</li> <li>- Marketingcontrolling</li> <li>- Nachhaltigkeitsaspekte im Marketingmanagement</li> <li>- Marketing 4.0</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Zu verwenden sind die jeweils neuesten Auflagen der Lehrwerke.

- Homburg, Christian: Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung – Unternehmensführung, Heidelberg: Springer Gabler
- Kingsnorth, S.: Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing, London: Kogan Page
- Kotler, P./Keller, K./Opresnik, M.: Marketing-Management: Konzepte - Instrumente – Unternehmensfallstudien, Hallbergmoos : Pearson
- Kotler, P./Kartajaya, H./Setiawan, I.: Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, Oxford: Wiley

## Seminar zum Marketingmanagement (W3BW\_HD441)

### Advanced seminar (Marketing management)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Seminar zum Marketingmanagement	W3BW_HD441	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Seminar, Projekt, Laborübung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit (mit Präsentation) oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in geschichtliche und aktuelle Fragen des Marketingmanagements, in allgemeine Aspekte des Managements von Marktbeziehungen, in theoretische und /oder praktische Konzepte des Marketingmanagements.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende üben themenrelevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und zu interpretieren. Die Studierenden erhalten dann im Seminar die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Themen- und problemadäquate Methoden werden ausgewählt und hinsichtlich Praktikabilität und Grenzen eigenständig eingeschätzt.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierende können sich eigenständig und ausdauernd in eine betriebswirtschaftliche Problematik einarbeiten. Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situation umgehen. Im Seminar zeigen die Absolventen ein hohes Maß an Teamorientierung und kultursensibles, tolerantes Arbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Fach- und Führungsumfeld vorzu-bereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Seminar zum Marketingmanagement</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen im Marketingmanagement oder alternative Entwicklungen des Marketingmanagements im Branchenkontext wissenschaftlich fundiert aufzubereiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.		

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-



## Wert(e)orientierte Unternehmensführung (W3BW\_HD442)

### Value-oriented Management and Ethics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Wert(e)orientierte Unternehmensführung	W3BW_HD442	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Absolventen kennen die in den Inhalten des Moduls genannten Systeme bzw. Konzepte. Sie können diese beschreiben und systematisch darstellen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Ansätze miteinander zu vergleichen und können mithilfe ihres Wissens plausible Argumentationen und Schlüsse ableiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen sind in der Lage, für weitgehend standardisierte Anwendungsfälle in der Praxis das angemessene System bzw. Konzept auszuwählen und anzuwenden. Sie kennen die Stärken und Schwächen der Systeme bzw. Konzepte in ihrem beruflichen Anwendungsfeld und können diese in konkreten Handlungssituationen gegeneinander abwägen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulinhalten angesprochenen Konzepte im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über grundlegende Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster mit denen sie Fragestellungen zur verantwortungsvollen Unternehmensführung zielorientiert bearbeiten können.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Wirtschafts- und Unternehmensethik</b>	<b>18,0</b>	<b>36,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmensethik: Begriffe und Abgrenzungen</li> <li>- Moral und Ethik</li> <li>- Wertvorstellungen einer Unternehmung</li> <li>- Konzeptionelle Ansätze</li> <li>- Umsetzungsmöglichkeiten im Unternehmen</li> <li>- Konfliktsituationen</li> <li>- Wert- vs. Werteorientierung</li> </ul>		
<b>Wertorientierte Unternehmensführung</b>	<b>32,0</b>	<b>64,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>¥ Bedeutung und Grundlagen einer wertorientierten Unternehmenssteuerung</li> <li>¥ Möglichkeiten der Umsetzung durch das Controlling im Sinne von Zielvorgaben und Leistungsmessung</li> <li>¥ Shareholder Value-Konzepte</li> <li>¥ Methoden der kapitalmarktorientierten Unternehmensbewertung</li> <li>¥ Wertorientierte Indikatoren und Möglichkeiten der nachhaltigen Wertsteigerung von Unternehmen unter Berücksichtigung multipler Stakeholder-Interessen</li> <li>¥ Wertorientierte Ausgestaltung des Berichtswesens und der Budgetierung</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
--

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

- Noll, Bernd: Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft, Stuttgart: Kohlhammer
- Göbel, Elisabeth: Unternehmensethik. Grundlagen und praktische Umsetzung, Stuttgart: utb
- Küpper, Hans-Ulrich: Unternehmensethik. Hintergründe, Konzepte, Anwendungsbereiche, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Crane, Andrew /Matten, Dirk: Business Ethics, Oxford: Oxford University Press
- Herold, Norbert: Einführung in die Wirtschaftsethik, Darmstadt: WBG
- Becker, Jörg/Winkelmann, Axel: Handelscontrolling: Optimale Informationsversorgung mit Kennzahlen, Berlin, Heidelberg: Springer Gabler
- Bock, Julita. M.: Risikomanagement in börsennotierten Industrie- und Handelsunternehmen. Zum Stand der Umsetzung und Nutzung als Instrument der Unternehmensführung, Göttingen: Cuvillier Verlag
- Buttke, Michael/Neugebauer, Altfred/Kaland, Anna (Hrsg.): Controlling im Handel: Innovative Ansätze und Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler
- Horvath, Peter u. a.: Controlling, München: Vahlen
- Perridon, Louis/Steiner, Manfred/Rathgeber, Andreas: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München: Vahlen
- Weber, Jürgen u.a.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung: Konzepte - Implementierung - Praxisstatements, Wiesbaden: Springer Gabler

## Ganzheitliche Unternehmensführung (W3BW\_HD443)

### Holistic Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Ganzheitliche Unternehmensführung	W3BW_HD443	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften fachlichen Eindruck zu den Diskussionen um CSR und Corporate Governance (CG). Sie können Auswirkungen von unternehmerischen Entscheidungen auf den langfristigen Erfolg und die Stakeholder der Unternehmung darstellen. Sie kennen die wesentlichen Theorien zu CSR und CG. Des Weiteren sind die Teilnehmer in der Lage, eienn Interessenkonflikte im Unternehmen zu analysieren.
<b>Methodenkompetenz</b>	Dieses Modul ermöglicht den Studierenden, die Aufgaben und Tragweiten des CSR und des CG im Unternehmen einzuordnen und zu bewerten. Sie verstehen die Bedeutung dieser Aufgaben für die verschiedenen Anspruchsgruppen des Unternehmens. Sie können die Teamleitung für eine Arbeitsgruppe übernehmen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Durch das Absolvieren dieses Moduls erwerben die Studierenden eine Kompetenz, sich aktiv an fachlichen Diskussionen zu beteiligen, ihre Argumente verständlich dazulegen. Durch kritisches Hinterfragen gelingt es ihnen, problemlösungsorientiert Aufgabenstellungen zu bearbeiten und Lösungsvorschläge zu erarbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Der Stellenwert von CSR und die Bedeutung von CG für die Unternehmensführung wird erkannt. Bei fachlichen Diskussionen können die Studierenden mit konkreten Argumenten ihre Standpunkte vertreten.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>CSR und Corporate Governance</b>	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"><li>• Theorien von CSR und Corporate Governance (u.a. Agency-Theorie, Stakeholder-Theorie, institutionalistische Ansätze)</li><li>• Eigentümerstrukturen</li><li>• Einfluss von Aktionären auf Unternehmenspolitik</li><li>• Rolle von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Non-Executive Directors (NED), Vorstandsvergütung, der Markt für Unternehmenskontrolle</li><li>• Mitbestimmung und Arbeitnehmerbeteiligung</li><li>• Interessenskonflikte und „gatekeeper failure“</li><li>• Regulierung und Selbst-Regulierung (z.B. Kodex)</li><li>• Internationaler Vergleich von Corporate Governance Strukturen</li></ul>		
<b>CSR und Ausgewählte Anwendungsbeispiele</b>	25,0	50,0
<ul style="list-style-type: none"><li>• Theorien von CSR und Corporate Governance (u.a. Agency-Theorie, Stakeholder-Theorie, institutionalistische Ansätze)</li><li>• Eigentümerstrukturen</li><li>• Einfluss von Aktionären auf Unternehmenspolitik</li><li>• Rolle von Vorstand und Aufsichtsrat sowie Non-Executive Directors (NED), Vorstandsvergütung, der Markt für Unternehmenskontrolle</li><li>• Mitbestimmung und Arbeitnehmerbeteiligung</li><li>• Interessenskonflikte und „gatekeeper failure“</li><li>• Regulierung und Selbst-Regulierung (z.B. Kodex)</li><li>• Internationaler Vergleich von Corporate Governance Strukturen und Corporate Social Responsibility in Hinblick auf soziale und politische Prozesse von Governance in multinationalen Unternehmen</li></ul> CSR in der Diskussion mit ausgewählte Anwendungsbeispielen		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

--

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der neusten Auflage:

- Thomsen, S./Conyon, M.: Corporate Governance Mechanisms and Systems, Berkshire: McGraw Hill
- Welge, M./Eulerich, M.: Corporate-Governance-Management: Theorie und Praxis der guten Unternehmensführung, Berlin: Springer
- Schneider, A./Schmidpeter, R.: Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Berlin: Springer

## Generelle Aspekte des Nachhaltigkeitsmanagements (W3BW\_HD444)

### General Aspects of Sustainability Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Generelle Aspekte des Nachhaltigkeitsmanagements	W3BW_HD444	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	<p>Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Strukturen und Strategien des Nachhaltigkeits- und Ökomanagements darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die behandelten Strategien des Nachhaltigkeitsmanagements problembezogen anwenden können.</p> <p>Die Studierenden sollen die Fragestellungen sowie den geeigneten Einsatz von Instrumenten des Nachhaltigkeitsmanagements analysieren können. Sie können die Ansätze in die Vermarktungsalternativen einordnen, deren Entwicklung darlegen und die verschiedenen Ansätze in Hinblick auf eine adäquate Marktansprache einordnen und bewerten.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gelernt die Erkenntnisse zum Nachhaltigkeitsmanagement auf eine praktische Problemstellung zu übertragen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Vermarktungs- und Kundenbindungsansätze zu analysieren und unternehmensspezifisch einzusetzen.</li> <li>• die Vor- und Nachteile des Einsatzes von Instrumenten des Nachhaltigkeitsmanagement erarbeitet und somit die Methodenkompetenz zu deren richtigen Einsatz erworben.</li> </ul>
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen. Sie können sich mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen austauschen. Sie sind in der Lage, Verantwortung in einem Team zu übernehmen und haben ihre kritische Reflexionsfähigkeit verbessert
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die wesentlichen Aspekte sozialer und ethischer Entwicklungen in Bezug zum Nachhaltigkeitsmanagement zu bewerten. Sie können sie in den Kontext gesellschaftlicher Entwicklungen einordnen und ggf. inhaltlich anpassen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben weitere Kompetenzen erworben, produktions-, organisations- und vermarktungsspezifische Fragen im Zusammenhang mit dem Nachhaltigkeitsmanagement selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und –bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Generelle Aspekte des Nachhaltigkeitsmanagements</b>	50,0	100,0
Grundlagen: Historie, Leitbild, Umweltökonomie, alternative Wirtschaftsmodelle, Kooperationsmanagement, Zukunftsorientierung		
Instrumente und Konzepte: Umweltmanagementsysteme, strategisches und operatives Umweltcontrolling, Nachhaltigkeit in den Unternehmensfunktionen, Nachhaltigkeitsberichterstattung		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
keine

## Literatur

- Burschel, C., Losen, D.: Wiendl, A., Betriebswirtschaftslehre der nachhaltigen Unternehmung, München, Wien: Vahlen
- Dobersalske, K., Seeger, N., Willing, H. (Hrsg.): Verantwortliches Wirtschaften - Nachhaltigkeit in der Betriebswirtschaftslehre, Baden-Baden: Nomos
- Hentze, J., Thies, B.: Unternehmensethik und Nachhaltigkeitsmanagement, Stuttgart: UTB/Haupt
- Pufé, I.: Nachhaltigkeitsmanagement, München: Hanser
- Kriener, K., Grimm, J.H., Berg, Ch.: Nachhaltigkeit im Handel, Göttingen: Cuvillier
- Müller-Christ, G.: Nachhaltiges Management, Baden-Baden: UTB
- Scholz, Ch., Zentes, J. (Hrsg.): Beyond Sustainability, Baden-Baden: Nomos

## Spezifische Aspekte des Nachhaltigkeitsmanagements (W3BW\_HD445)

### Specific Aspects of Sustainability Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Spezifische Aspekte des Nachhaltigkeitsmanagements	W3BW_HD445	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	<p>Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Strukturen und Strategien des Nachhaltigkeits- und Ökomanagements darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die behandelten Strategien des Nachhaltigkeitsmanagements problembezogen anwenden können.</p> <p>Die Studierenden sollen die Fragestellungen sowie den geeigneten Einsatz von Instrumenten des Nachhaltigkeitsmanagements analysieren können. Sie können die Ansätze in die Vermarktungsalternativen einordnen, deren Entwicklung darlegen und die verschiedenen Ansätze in Hinblick auf eine adäquate Marktansprache einordnen und bewerten.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gelernt die Erkenntnisse zum Nachhaltigkeitsmanagement auf eine praktische Problemstellung zu übertragen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche Vermarktungs- und Kundenbindungsansätze zu analysieren und unternehmensspezifisch einzusetzen.</li> <li>• die Vor- und Nachteile des Einsatzes von Instrumenten des Nachhaltigkeitsmanagement erarbeitet und somit die Methodenkompetenz zu deren richtigen Einsatz erworben.</li> </ul>
<b>Methodenkompetenz</b>	<p>Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenzen erworben, um geeignete Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen. Sie können sich mit Fachvertretern und Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen austauschen. Sie sind in der Lage, Verantwortung in einem Team zu übernehmen und haben ihre kritische Reflexionsfähigkeit verbessert</p>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	<p>Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die wesentlichen Aspekte sozialer und ethischer Entwicklungen in Bezug zum Nachhaltigkeitsmanagement zu bewerten. Sie können sie in den Kontext gesellschaftlicher Entwicklungen einordnen und ggf. inhaltlich anpassen.</p>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	<p>Die Studierenden haben weitere Kompetenzen erworben, produktions-, organisations- und vermarktungsspezifische Fragen im Zusammenhang mit dem Nachhaltigkeitsmanagement selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und –bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, vermarktungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.</p>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Spezifische Aspekte des Nachhaltigkeitsmanagements</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Branchenspezifisches Nachhaltigkeitsmanagement: Nachhaltigkeitsmanagement im Lebensmittelhandel, Nachhaltigkeitsmanagement in der Energiewirtschaft, Nachhaltigkeitsmanagement im Textilhandel		
Identitätsbasierte Markenführung: Marke-Nachfrager-Beziehung, Markenherkunft, Markenwerte, Markenevolution		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
keine

## Literatur

- Burschel, C., Losen, D.: Wiendl, A., Betriebswirtschaftslehre der nachhaltigen Unternehmung, München, Wien: Vahlen
- Dobersalske, K., Seeger, N., Willing, H. (Hrsg.): Verantwortliches Wirtschaften - Nachhaltigkeit in der Betriebswirtschaftslehre, Baden-Baden: Nomos
- Hentze, J., Thies, B.: Unternehmensethik und Nachhaltigkeitsmanagement, Stuttgart: UTB/Haupt
- Pufé, I.: Nachhaltigkeitsmanagement, München: Hanser
- Kriener, K., Grimm, J.H., Berg, Ch.: Nachhaltigkeit im Handel, Göttingen: Cuvillier
- Müller-Christ, G.: Nachhaltiges Management, Baden-Baden: UTB
- Scholz, Ch., Zentes, J. (Hrsg.): Beyond Sustainability, Baden-Baden: Nomos

## Customer Management and Sales (W3BW\_HD446)

### Customer Management and Sales

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Customer Management and Sales	W3BW_HD446	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls kennen Konzepte und Methoden des CRM und der Kundenqualifizierung, sie sind mit den systemsichen, kulturellen und datenbasierten Grundlagen von CRM vertraut. Sie können Kundenwertkonzepte kritisch einordnen. Absolventen sind mit den Methoden, Anforderungen und Besonderheiten des persönlichen Verkaufs vertraut und kennen die zugehörigen psychologischen Grundlagen und Kompetenzen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls sind in der Lage, geeignete Kundenbewertungsmethoden auszuwählen und Kundenklassifizierungen durchzuführen. Sie können dazu kritisch Stellung nehmen. Methoden und Vorgehensweisen im persönlichen Verkauf können angewendet werden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Dieses Kompetenzfeld wird mit diesem Modul nicht bedient.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>CRM and Customer Value Management</b>	26,0	52,0
Kundenbeziehung und Kundenwert, Datengrundlagen, CRM-Systeme und Prozesse, CRM-Implementierung Kundenqualifizierung, ein- und mehrdimensionale Kundenwertkonzepte.		
<b>Personal Selling</b>	24,0	48,0
Abgrenzung und Bedeutung des persönlichen Verkaufs, Verkaufsgespräch, Erfolgsfaktorenforschung, Bedieninteraktion von Schuckel, Planung und Kontrolle in B2C und B2B, Kompetenzen im Verkauf, spezifische Techniken in einzelnen Verkaufsphasen.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
- Homburg, C. et al.: Excellence in Sales, Wiesbaden: Gabler. - Jobber, D. / Lancaster, G.: Selling and Sales Management, Harlow: Pearson - Nerdinger, F.: Psychologie des persönlichen Verkaufs, München: Oldenbourg

- Peelen, E./Beltmann, R.: Customer Realtionship Management, Harlow: Pearson  
- Winkelmann, P.: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, München: Vahlen

## Strategisches Global Sourcing (W3BW\_HD448)

### Strategic Global Sourcing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Strategisches Global Sourcing	W3BW_HD448	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Merkmale des Global Sourcing darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Global Sourcing formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Instrumente des Global Sourcing nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Beschaffungsproblemen im Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbstständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Beschaffungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und –bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, beschaffungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Strategisches Global Sourcing	50,0	100,0
ECR: Entwicklung, Ziele und Aufgaben, Basisstrategien des ECR, empirische Befunde, Implementierungsprobleme, CPFR, Kennziffern zur Category-Steuerung, Category-Führung Beschaffungsmarktforschung: Ziele und Aufgaben, Informationsbedarf und –beschaffung, Methoden der Informationsbewertung Lieferantenmanagement: Lieferantenidentifikation, Lieferantenanalyse, Lieferantenbewertung, Lieferantencontrolling		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Ahlert, D., Borchert, S.: Prozessmanagement im vertikalen Handel, Berlin usw.: Springer
- v.d.Heydt, A. (Hrsg.): Handbuch Efficient Consumer Response, München: Vahlen
- Large, R.: Strategisches Beschaffungsmanagement, Wiesbaden: Springer
- Krampf, P.: Beschaffungsmanagement, München: Vahlen
- Schuh, G., (Hrsg.): Einkaufsmanagement, Berlin, Heidelberg: Springer
- Helmold, M., Terry, B.: Lieferantenmanagement 2030, Wertschöpfung und Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit in digitalen und globalen Märkten, Wiesbaden: Springer

## Spezialisierungen zum Global Sourcing (W3BW\_HD449)

### Specializations in Global Sourcing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Spezialisierungen zum Global Sourcing	W3BW_HD449	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sollen die Inhalte der in diesem Modul vermittelten wesentlichen Merkmale des Global Sourcing darstellen, erläutern und einordnen können. Sie sollen die wesentlichen Entscheidungsprobleme des Global Sourcing formulieren können. Darauf aufbauend sollen sie die behandelten Instrumente des Global Sourcing nicht nur isoliert, sondern auch interdisziplinär und problembezogen anwenden können.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kompetenz erworben, relevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und unter der Berücksichtigung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu interpretieren. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ein breites Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Beschaffungsproblemen im Handel, aus denen sie die angemessenen Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Absolventinnen und Absolventen weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf und können mit Veränderungen auch in komplexen Situationen umgehen. Sie haben gelernt, das eigene Wissen und ihre Fähigkeiten selbständig auf die jeweils bestehenden Anforderungen im Handel anzupassen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden haben Kompetenzen erworben, handelsspezifische Beschaffungsfragen selbstständig zu analysieren und weiterentwickeln zu können. Sie können die Auswirkungen von Strategien und Maßnahmen im Rahmen von Querschnittsbetrachtungen auf andere Unternehmensfunktionen und –bereiche bewerten. Im Rahmen einer ev. Führungsverantwortung sind sie in der Lage, beschaffungsrelevante Ziele abzustimmen, daraus entstehende Aufgaben zu delegieren und Konflikte zu lösen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
Spezialisierungen zum Global Sourcing	50,0	100,0
Organisation internationaler Beschaffung: Organisationsanforderungen, innerbetriebliche Beschaffungsorganisation, zwischenbetriebliche Beschaffungsorganisation, Beschaffung in KMU: Bedeutung, spezifische Hemmnisse, Chancen und Risiken für KMU E-Sourcing: E-Auktionen, E-Procurement, Elektronische Marktplätze, Elektronische Kataloge, elektronische Portale, Einkaufshomepage, Collaborative Supply Chain Management		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Bogaschewsky, R. (Hrsg.): Beschaffung vor dem Hintergrund der Globalisierung, Dresden: BME-Verband
- Bedacht, F.: Global Sourcing, Wiesbaden: Springer
- Diederichs, M.: Global Sourcing: Chancen- und Risikopotenziale für kleine und mittlere Unternehmen, Hamburg: Igel-Verlag
- Schwenk, J., Thyroff, A.: Chancen und Risiken des Global Sourcing: Ein Ratgeber für kleine und mittlere Unternehmen, Books on Demand
- Merkel, H. u.a.: Global Sourcing im Handel, Berlin, Heidelberg: Springer
- Stollenwerk, A.: Wertschöpfungsmanagement im Einkauf, Wiesbaden: Springer

## Logistiktechnologie in Lager, Distribution und Verkehr (W3BW\_HD450)

### Technology in Warehousing, Distribution and Transportation

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Logistiktechnologie in Lager, Distribution und Verkehr	W3BW_HD450	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dietmar W. Polzin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage die Inhalte eigenständig zu erklären, in den betriebswirtschaftlichen Kontext einzuordnen, kontextbezogen zu analysieren und für z.B. betriebliche Anwendungen zu beurteilen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende können verschiedene Lösungswege und Lösungsmethoden für z.B. praktische Problemstellungen beschreiben, beurteilen und anwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Absolventen gelingt es nach der Veranstaltung (und am Ende des Bachelorstudiums) selbstständig, ausdauernd und selbstgesteuert Wissen und Fähigkeiten aufzubauen. Dazu gehört auch gemeinsames, teamorientiertes Erarbeiten von Wissen und Fähigkeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Besuch der Modulveranstaltungen zeigen die Studenten übergreifende Handlungskompetenz in Form von Verständnis für komplexe Zusammenhänge, kritische Urteilsfähigkeit und eigenverantwortliches Handeln. Verstärkt kommt eine reflektierte Haltung zu gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Implikationen des eigenen Handelns hinzu.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Logistiktechnologie: Konzepte und Grundlagen</b>	25,0	50,0
Logistiktechnologie: Grundlagen, Konzepte und Anwendungen in Lager, Distribution und Verkehr  Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen, grundlegenden technologische Trends und Entwicklungen, Kenntnis und unternehmerische Bewertung moderner Lagerplanungs- und Lagertechnologien, Automatisierungstechnik im Lager, automatische Kommissioniersysteme, innovative Güterverkehrstechnologien.		
<b>Logistiktechnologie: Anwendungen</b>	25,0	50,0
Logistiktechnologie: Grundlagen, Konzepte und Anwendungen in Lager, Distribution und Verkehr Exemplarische oder prototypische Anwendungen technischer Lösungen.		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der aktuellsten Auflage:

- Göpfert, I. (Hrsg.): Logistik der Zukunft – Logistics for the future, Wiesbaden: Springer Gabler
- Stölzle, W. /Lieb, Th.: Business Innovation in der Logistik – Chancen und Herausforderungen für Wissenschaft und Praxis, Wiesbaden: Springer Gabler

Hinzu kommt Literatur entsprechend der thematischen Ausrichtung.

## IT-Systeme in der Logistik (W3BW\_HD451)

### Information Technology in Logistics

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
IT-Systeme in der Logistik	W3BW_HD451	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Dietmar W. Polzin

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Nach der Teilnahme an der Modulveranstaltung sind die Studierenden in der Lage die Inhalte eigenständig zu erklären, in den betriebswirtschaftlichen Kontext einzuordnen, kontextbezogen zu analysieren und für z.B. betriebliche Anwendungen zu beurteilen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende können verschiedene Lösungswege und Lösungsmethoden für z.B. praktische Problemstellungen beschreiben, beurteilen und anwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Absolventen gelingt es nach der Veranstaltung (und am Ende des Bachelorstudiums) selbstständig, ausdauernd und selbstgesteuert Wissen und Fähigkeiten aufzubauen. Dazu gehört auch gemeinsames, teamorientiertes Erarbeiten von Wissen und Fähigkeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Nach Besuch der Modulveranstaltungen zeigen die Studenten übergreifende Handlungskompetenz in Form von Verständnis für komplexe Zusammenhänge, kritische Urteilsfähigkeit und eigenverantwortliches Handeln. Verstärkt kommt eine reflektierte Haltung zu gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Implikationen des eigenen Handelns hinzu.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>IT-Systeme in der Logistik: Konzepte und Grundlagen</b>	25,0	50,0
IT-Systeme in der Logistik: Grundlagen, Konzepte und Anwendungen  Technologische Grundlagen der Informationsverarbeitung und von IT-Systeme, Grundlagen IT-Systeme in Handel und Industrie, praktische Anwendungen entlang der logistischen Prozesskette von der Beschaffungs- über die Produktions- bis zur Distributionslogistik, IT-Unterstützung im SCM, Cloud und Big Data Anwendungen in der Logistik, Business Intelligence, branchenbezogenen Anwendungsbereiche und ihre Grenzen, Geschäftsprozessgestaltung über IT-gestützte Logistik, Kontextfaktoren der IT der Logistik, Warenwirtschaftssysteme im Handel.		
<b>IT-Systeme in der Logistik: Anwendungen</b>	25,0	50,0
Über die genaue Auswahl und Gewichtung entscheiden die Studiengangsleitungen vor Ort  IT-Systeme in der Logistik: Grundlagen, Konzepte und Anwendungen  Anwendungsbeispiele von ERP-Systemen in der Logistik: SAP Module für logistische Funktionsbereiche.		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

Empfohlene Lehrbücher, jeweils in der aktuellsten Auflage:

- Hausladen, I.: IT-gestützte Logistik – Systeme, Prozesse und Anwendungen, Wiesbaden: Gabler
- Krupp, Th./Paffrath, R./Wolf, J.: Praxishandbuch IT-Systeme in der Logistik, Hamburg: DVV Media

Hinzu kommt Literatur entsprechend der thematischen Ausrichtung.

## Online-Marketing (W3BW\_HD452)

### Online-Marketing

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Online-Marketing	W3BW_HD452	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die Instrumente des Online-Marketings. Sie kennen die Wirkungsmechanismen der Instrumente und können eine geeignete Online-Marketing-Kampagne konzipieren.
<b>Methodenkompetenz</b>	Umsetzung von SEO-, SEM-, Affiliate-, Display- und Social Media-Kampagnen
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Förderung der Teamfähigkeit durch gemeinsame Kampagnenentwicklung.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Kenntnis über die Wechselwirkungen zwischen den verschiedenen Online-Marketing-Instrumenten. Wissen darüber wie Online- und Offline-Marketing verknüpft werden kann.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Online-Marketing</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Search Engine Optimisation (SEO)</li> <li>• Search Engine Marketing (SEM)</li> <li>• Affiliate-Marketing</li> <li>• Virales Marketing</li> <li>• Display-Marketing</li> <li>• Social Media-Marketing</li> <li>• E-Mail-Marketing</li> <li>• Kampagnen-Management</li> <li>• Cross-Media-Marketing</li> </ul>		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplar, A. u.a.: SEO – Strategie, Taktik und Technik, Berlin: Springer Gabler</li> <li>- von der Burg, K. u.a.: Affiliate Marketing - Ein Leitfaden für Affiliates und Merchants, CreateSpace</li> <li>- Erlhofer, S.: Suchmaschinen-Optimierung: Das umfassende Handbuch, Bonn: Rheinwerk</li> <li>- Grabs, A. u.a.: Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co., Bonn: Rheinwerk</li> <li>- Kreuzer, R. T.: Online-Marketing, Berlin: Springer Gabler</li> </ul>



## Web-Analytics und rechtliche Rahmenbedingungen (W3BW\_HD453)

### Web-Analytics and Underlying Legal Framework

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Web-Analytics und rechtliche Rahmenbedingungen	W3BW_HD453	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden können das Verhalten der Websitebesucher zielgerichtet analysieren und interpretieren. Sie können die Wirkung von Marketingkampagnen und von Veränderungen der Website bestimmen und zielgerichtete Maßnahmen definieren. Die Studierenden kennen die rechtlichen Rahmenbedingungen des E-Commerce.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können mit einem Web-Analytics-Tool wie beispielsweise Google Analytics umgehen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Teamkompetenz durch gemeinsames Arbeiten an Analytics-Projekten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden kennen die Wechselwirkungen zwischen den verschiedenen Online-Marketing-Maßnahmen und den Kennzahlen zur Erfolgsmessung im Onlinehandel. Das versetzt sie in die Lage die aktuelle Situation eines Onlineshops zu analysieren, zu bewerten und zielgerichtete Handlungsoptionen abzuleiten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Web-Analytics und rechtliche Rahmenbedingungen</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Web-Analytics Ziele, Methoden und Kennzahlen; Optimierung der Conversion Rate; Bewertung von Online-Kampagnen; Analyse des Retourenverhaltens; Analyse von Zahlungsausfällen; Generierung und Nutzung von Kundenprofilen; Personalisierung des Shops, Usability-Optimierung  Rechtliche Rahmenbedingungen Domainrecht, Urheberrecht, Datenschutz, wettbewerbsrechtliche Fragen des Online-Marketings, Verbraucherschutz im Internet, ABG und Widerruf		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
- Hassler, M.: Digital und Web Analytics: Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren, Frechen: mitp - Hoeren, T.: Modul: Internet- und Kommunikationsrecht: Praxis-Lehrbuch, Rodenkirchen: Otto Schmitt - Meier, A./Zumstein, D.: Web Analytics & Webcontrolling: Webbasierte Business Intelligence zur Erfolgssicherung, Heidelberg: dpunkt

## Personaldiagnostik und -entwicklung (W3BW\_HD454)

### Assessing and Developing Personnel

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Personaldiagnostik und -entwicklung	W3BW_HD454	Deutsch/Englisch	Roman Müller

  

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

  

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Inverted Classroom

  

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

  

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

  

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls kennen Ziele, Denkrichtungen und Methoden der Eignungsdiagnostik und der Personalentwicklung. Sie können entsprechende Konzeptionen erstellen, Umsetzungsanforderungen überblicken und den Erfolg überprüfen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls sind in der Lage, Konzepte und Instrumente aus den Bereichen Eignungsdiagnostik und Personalentwicklung kritisch zu bewerten und zielbezogen auszuwählen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	–
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	–

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Eignungsdiagnostik</b>	24,0	48,0
<ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen der Personalauswahl</li><li>• Anforderungsanalyse und Eignung</li><li>• Güte und Evaluation von eignungsdiagnostischen Verfahren, professionelle Beurteilung</li><li>• Eignungsdiagnostische Kriterien und Verfahren: Intelligenz, kognitive Fähigkeiten, Persönlichkeit, Motivation</li><li>• Interviews</li><li>• Simulationen und multimodale Verfahren</li><li>• Leistungsbeurteilung</li></ul>		
<b>Personalentwicklung</b>	26,0	52,0
<ul style="list-style-type: none"><li>• Funktionen und Organisation der Personalentwicklung in Unternehmen</li><li>• Prinzipien der Didaktik; Kompetenzmodelle</li><li>• Lernpsychologie Erwachsener</li><li>• Planung und Kontrolle von Interventionen</li><li>• Instrumente und Interventionen: verhaltensorientierte, persönlichkeitsorientierte, kommunikationszentrierte, selbstmanagementbezogene, entwicklungsförderliche Ansätze</li><li>• Instrumente und Interventionen: Ebene Organisation, Ebene Gruppe, Ebene Person, struktureller Rahmen</li><li>• Begleitung von Lernprozessen</li><li>• Systemisches Change Management</li><li>• Aktuelle Trends in der Personalentwicklung</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Krämer, M., Grundlagen und Praxis der Personalentwicklung, Göttingen: UTB
- Land von-Wins, T.; Triebel, C.; Buchner, U., Sandor, A. Potenzialbeurteilung. Diagnostische Kompetenz entwickeln - die Personalauswahl optimieren, Berlin: Springer
- Negri, C. Angewandte Psychologie für die Personalentwicklung. Konzepte und Methoden für Bildungsmanagement, betriebliche Aus- und Weiterbildung, Berlin: Springer
- Schuler, H., Psychologische Personalauswahl: Eignungsdiagnostik für Personalentscheidungen und Berufsberatung, Göttingen: Hogrefe

## Spezialthemen des Personalmanagements (W3BW\_HD455)

### Current Issues in Human Resource Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Spezialthemen des Personalmanagements	W3BW_HD455	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls kennen in vertieftem Maße rechtliche Besonderheiten der Personalarbeit. Sie sind mit den Ideen, den Konzepten und den Methoden eines modernen Employer Brandings vertraut. Sie kennen relevante Kontrollansätze.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Absolventen des Moduls sind in der Lage, Sachverhalte der Personalarbeit rechtlich zu bewerten. Sie können Konzepte zum Aufbau und zur Stärkung einer Arbeitsgebermarke entwickeln und geeignete Umsetzungsmaßnahmen auswählen, um zu integrierten Kampagnen beizutragen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	--
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	--

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Personalrecht</b>	24,0	48,0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtliche Besonderheiten von Ausschreibung und Personalauswahl</li> <li>• Rechtliche Besonderheiten des Arbeitsvertrags</li> <li>• Rechtliche Besonderheiten der Arbeitnehmerhaftung</li> <li>• Rechtliche Besonderheiten der Leistungsbeurteilung</li> <li>• Mobbing</li> <li>• Rechtliche Besonderheiten der Personalverwaltung</li> <li>• Arbeitsschutz</li> <li>• Betriebsrat</li> <li>• Tarifvertrag</li> <li>• Rechtliche Besonderheiten des Arbeitskampfs</li> <li>• Relevante Aspekte des Sozialrechts</li> <li>• Gleichstellung, Datenschutz</li> </ul>		
<b>Employer Branding</b>	26,0	52,0
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marken und Markenwert, Arbeitgeber als Marken</li> <li>• Brandingbegriffe</li> <li>• Ziele des Employer Brandings</li> <li>• Prozess des Employer Brandings</li> <li>• Methoden des Employer Brandings</li> <li>• Erfolgskontrolle</li> <li>• Best Practises</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Esch, F.-R./Knörle, C., Internal Branding, München: Vahlen
- Walter von, B./Kremmel, D. (Hrsg.), Employer Brand Management, Wiesbaden: SpringerGabler
- Wien, A./Franzke, N., Personalrecht, Wiesbaden: SpringerGabler

## Produktentwicklung und Modedesign (W3BW\_HD456)

### Product Development and Fashion Design

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Produktentwicklung und Modedesign	W3BW_HD456	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden lernen Produkt- und Markttrends zu erkennen und richtig einzuschätzen. Sie sind in der Lage, auf aktuellen Entwicklungen basierende Designvorschläge zu konzipieren. Sie kennen den Prozess von der Ideenentwicklung bis zum fertigen Modell.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die relevante Methoden und Instrumente zur Prognose von Produkt- und Markttrends. Sie sind in der Lage einfache Produktideen zu entwickeln und zu präsentieren.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Teamkompetenz durch gemeinsame Lösungs- und Ideenfindung.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Einschätzung der aktuellen Marktsituation und künftiger Entwicklungen, Bewertung der Situation des eigenen Unternehmens im Kontext der aktuellen und künftigen Marktentwicklung. Kenntnis der Zusammenhänge zwischen Produkt- und Marktentwicklung und dem Design-Prozess.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Produktentwicklung und Modedesign</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Produkt- und Marktentwicklung Methoden zur systematischen Erfassung von Produkt- und Markttrends, Grundlagen der Absatzprognose, Prognosemethoden für die Kollektionsrahmenplanung, Strategische Prognosen (Szenarioanalyse, Delfi-Methode), Big Data, Predictive Analytics  Textil- und Modedesign Grundlagenwissen der Gestaltung, bezogen auf Modellentwurf, Schnittgestaltung/Konstruktion, Präsentation und Darstellungstechniken; Wechselwirkung zwischen Material, Flächengestaltung und Modellform; Überblick über den Prozess von der Kollektionsentwicklung (Kollektionskonzept), der mit einer Idee anfängt und beim Modell endet; Einführung in die Arbeit mit der Standardsoftware InDesign; Mode- und Designgeschichte		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur

- Bari, A./Chaouchi, M./Jung, T.: Predictive Analytics for Dummies. Hoboken: John Wiley & Sons
- Hurwitz, J. u.a.: Big Data for Dummies. Hoboken: John Wiley & Sons
- Seiler-Baldinger, A.: Textil : Technik, Design, Funktion - eine systematische Auswahl
- Tellier-Loumagne, F.: Inspirationen für Textildesign: Von der ersten Idee bis zur vollendeten Gestaltung, Bern: Haupt
- Udale, J.: Mode Design Basics: Textilien und Mode, München: Stiebner

## Sortimentsplanung und Ordermanagement (W3BW\_HD457)

### Assortment Planning and Order Management

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Sortimentsplanung und Ordermanagement	W3BW_HD457	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Übung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden lernen Produkt- und Markttrends zu erkennen und richtig einzuschätzen. Sie sind in der Lage, auf aktuellen Entwicklungen basierende Designvorschläge zu konzipieren. Sie kennen den Prozess von der Ideenentwicklung bis zum fertigen Modell.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die relevante Methoden und Instrumente zur Prognose von Produkt- und Markttrends. Sie sind in der Lage einfache Produktideen zu entwickeln und zu präsentieren.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Teamkompetenz durch gemeinsame Lösungs- und Ideenfindung.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Einschätzung der aktuellen Marktsituation und künftiger Entwicklungen, Bewertung der Situation des eigenen Unternehmens im Kontext der aktuellen und künftigen Marktentwicklung. Kenntnis der Zusammenhänge zwischen Produkt- und Marktentwicklung und dem Design-Prozess.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Sortimentsplanung und Ordermanagement</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Sortimentsplanung Im Wholesale: Planung von Kollektionsrhythmen; Kollektionsrahmenplanung; Lagerplanung Im Retail: Limit Planung; Open to Buy und Inseason-Management; Abschriftenplanung  Ordermanagement Operative Dispositionsstrategien im Fashion Retail, Zusammenhang zwischen den Dispositionsstrategien und den Vertriebsstrategien, Analyse von Out-Of-Stock-Situationen, ERP-Systeme im Textileinzelhandel, Auswirkungen des Order Managements auf die Bestandsführung		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
- Ahlert, D. u.a.: Sortimentsstrategien in Industrie und Handel, Frankfurt a. M.: Deutscher Fachverlag - Anklam, P.: Analyse und Planung im Outfit-Einzelhandel: Erfolgreiche Betriebsführung durch professionelles Kalkulationsmanagement

- Jacobsen, M.-L.: The Art of Retail Buying: An Introduction to Best Practices from the Industry, Hoboken: John Wiley & Sons
- Janz, M./Swoboda, J.: Vertikales Retail-Management in der Fashion-Branche, Frankfurt a. M.: Deutscher Fachverlag
- LaFleur, R. S.: Merchandise Planning Workbook, New York: Fairchild Books
- Looock, H.: Kollektionsentwicklung in der Bekleidungsbranche unter besonderer Berücksichtigung empirischer Erfolgsfaktoren, Mering: Hampp
- Tepper, B. K.: Mathematics for Retail Buying, New York: Fairchild Books

## Unternehmensgründung im Handel (W3BW\_HD458)

### Business Formation in Commerce

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Unternehmensgründung im Handel	W3BW_HD458	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Daniela Wiehenbrauk

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Projekt, Laborübung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, die für eine Unternehmensgründung relevanten Aspekte fachkompetent zu analysieren und die notwendigen Aktivitäten durchzuführen. Sie beherrschen die Erstellung eines Businessplans.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, zielgerichtet ein Gründungsprojekt mit dem Ziel der Errichtung eines Unternehmens durchzuführen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erlangen die personale Kompetenz, im Team eine Unternehmensgründung durchzuführen. Sie kennen die eine Unternehmensgründung begleitenden Hoch- und Tiefphasen für die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen und sind imstande, mit ihnen umzugehen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden besitzen die Handlungskompetenz als „Unternehmer im Unternehmen“ sowie in leitender Position bei einem Joint-Venture oder einem Spin-Off-Unternehmen tätig zu werden.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Unternehmensgründung im Handel</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Entwicklung eines Geschäftsmodells für eine Unternehmensgründung mithilfe z.B. Design Thinking und Business Canvas: - Marktanalyse - Produktentwicklung - Wertangebote - Kundensegmente - Kanäle - Kundenbeziehungen - Einnahmequellen - Schlüsselressourcen - Schlüsselaktivitäten - Schlüsselpartnerschaften - Kostenstruktur - Finanzierungsquellen - Gründungsformen - Rechtsformen - Rechtliche Rahmenbedingungen - Businessplan - ggf. Nutzung entsprechender Softwarepakete		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Kollwe, T./Keukert, M.: Praxiswissen E-Commerce, Heidelberg: dpunkt
- Lutz, A./Bussler, C.: Die Businessplan-Mappe, Wien: Linde
- Martin, R. L.: The Design of Business - Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage, Boston: Harvard Business School Publishing
- Osterwalder, A./Pigneur, Y.: Business Model Generation - A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, Hoboken, NJ: Wiley
- Parker, G. G. u.a.: Platform Revolution - How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You, New York: Norton
- Pott, O./Pott, A.: Entrepreneurship – Unternehmensgründung, Businessplan und Finanzierung, Rechtsformen und gewerblicher Rechtsschutz, Berlin: Springer

## Geschäftsentwicklung bei jungen Handelsunternehmen (W3BW\_HD459)

### Business Development in Commerce

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Geschäftsentwicklung bei jungen Handelsunternehmen	W3BW_HD459	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Daniela Wiehenbrauk

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Projekt, Laborübung, Case Study, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen wesentliche Faktoren, die ein junges Unternehmen für seine Etablierung und Weiterentwicklung adressieren muss. Die Studierenden sind in der Lage, in der Etablierungsphase eines neu gegründeten Unternehmen, die Gestaltung (Personal, Organisation, gewerblichen Schutzrechte, Technologiemanagement, Innovationsmanagement, Marketing und Public Relations) und die Steuerung (Controlling und Rechnungswesen, Besteuerung, Früherkennung und Bewältigung von Krisen) zielgerichtet vorzunehmen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, zielgerichtet Prozesse zur Etablierung und Weiterentwicklung eines jungen Unternehmens durchzuführen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erlangen die personale Kompetenz, im Team eine Unternehmungsetablierung und -weiterentwicklung durchzuführen. Sie lernen, mit den hierbei verbundenen Unsicherheiten umzugehen.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden besitzen die Handlungskompetenz, ein junges Unternehmen („Unternehmer im Unternehmen“, Joint-Venture, Spin-Off-Unternehmen) am Markt zu etablieren und weiterzuentwickeln.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Geschäftsentwicklung bei jungen Handelsunternehmen</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Entwicklungsfelder junger Handelsunternehmen: - Gestaltung und Durchführung wertschöpfender Prozesse - Gestaltung und Durchführung unterstützender Prozesse - Kontinuierliche Prozessverbesserung - Produkt- und Prozessinnovationen - Unternehmensführung - Unternehmenskultur, Corporate Ethics und Corporate Social Responsibility - ggf. Nutzung entsprechender Softwarepakete		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

## Literatur

- Gassmann, O. u.a.: Geschäftsmodelle entwickeln, München: Hanser
- Osterwalder, A. u.a.: Value Proposition Design - How to Create Products and Services Customers Want, Hoboken, NJ: Wiley
- Pfohl, H.-C. (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre der Mittel- und Kleinbetriebe, Berlin: Erich Schmidt
- Schefczyk, M./Pankotsch, F.: Betriebswirtschaftslehre junger Unternehmen, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Vahs, D./Brem, A.: Innovationsmanagement, Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Volkmann, C. K./Tokaski, K. O.: Entrepreneurship – Gründung und Wachstum von jungen Unternehmen, Stuttgart: Lucius&Lucius

## Marktbezogenes Recht im Handel (W3BW\_HD460)

### Market-related law

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Marktbezogenes Recht im Handel	W3BW_HD460	Deutsch/Englisch/Französisch	Prof. Dr. Christian Vranckx

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls einen vertieften fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche des marktbezogenen Rechts im Handel gewonnen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete juristische Methoden und Lösungswege problembezogen und ergebnisorientiert auswählen und anwenden, um marktbezogene rechtliche Fragestellungen in Handelsunternehmen richtig zu beurteilen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale und ethische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie juristische und außerjuristische Problemstellungen zielorientiert bewältigen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Marktbezogenes Recht im Handel</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketingrelevantes Recht im Handel</li> <li>• Unlautere geschäftliche Handlungen im Handel</li> <li>• Belästigende Geschäftspraktiken im Handel</li> <li>• Preisauszeichnungsrecht im Handel</li> <li>• Datenschutz im Marketing</li> <li>• Werberecht im Handel</li> <li>• Rechtsrahmen spezieller Distributionsformen und Absatzwege</li> <li>• Produkthaftungsrecht im Handel</li> <li>• Gewerblicher Rechtsschutz</li> <li>• Patentrecht und Gebrauchsmusterrecht im Handel</li> <li>• Markenrecht im Handel</li> <li>• Vertrags- und Vertriebsrecht</li> <li>• E-Commerce-Recht / Fernabsatzrecht</li> <li>• Wardrobing und betriebswirtschaftlich und rechtlich mögliche Gegenmaßnahmen</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Lettl, T.: Wettbewerbsrecht, München: Beck-Verlag
- Alexander, C.: Wettbewerbsrecht, Köln: Carl Heymanns Verlag
- Gruber, J.: Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Altenberg: Niederle media
- Hacker, F.: Markenrecht, Köln: Carl Heymanns Verlag
- Solmecke C.: Recht im Online-Marketing, Bonn: Rheinwerk Computing Verlag

## Unternehmensbezogenes Recht im Handel (W3BW\_HD461)

### Corporate law

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Unternehmensbezogenes Recht im Handel	W3BW_HD461	Deutsch/Englisch/Französisch	Prof. Dr. Christian Vranckx

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls einen vertieften fachlichen Einblick in ausgewählte Bereiche des unternehmensbezogenen Rechts im Handel gewonnen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte wiederzugeben und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete juristische Methoden und Lösungswege problembezogen und ergebnisorientiert auswählen und anwenden, um unternehmensbezogene rechtliche Fragestellungen in Handelsunternehmen richtig zu beurteilen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modul Inhalten angesprochenen Aspekte im Hinblick auf die damit verbundene soziale und ethische Verantwortung kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, Ansätze zu vergleichen und zu bewerten. Sie verfügen über Beschreibungs-, Analyse- und Bewertungsmuster, mit denen sie juristische und außerjuristische Problemstellungen zielorientiert bewältigen können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Unternehmensbezogenes Recht im Handel</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bauplanungsrecht und Bauordnungsrecht für Handelsunternehmen</li> <li>• Baunutzungsverordnung und Immissionsschutzrecht</li> <li>• Privatrechtliche Kooperationen und Wettbewerbsverbote</li> <li>• Fusionskontrolle</li> <li>• Umsatzsteuerrechtliche Besonderheiten für Handelsunternehmen</li> <li>• Einkommensteuerrechtliche Besonderheiten für Handelsunternehmen</li> <li>• Körperschaftsteuerrechtliche Besonderheiten für Handelsunternehmen</li> <li>• Gewerbesteuerrechtliche Besonderheiten für Handelsunternehmen</li> <li>• Sozialversicherungsrechtliche Besonderheiten für Handelsunternehmen</li> <li>• Standortrelevantes Recht für Handelsunternehmen</li> <li>• Handelsrelevantes europäisches Steuerrecht</li> <li>• Handelsrelevante Landes- und Gemeindesteuern</li> <li>• Europäische Grundfreiheiten und deren Relevanz für Handelsunternehmen</li> <li>• Wirtschaftskriminalität im Handel</li> <li>• Handelsrelevantes Strafrecht</li> <li>• Kriminalitätsprävention und Compliance in Handelsunternehmen</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Lüttgau, T. u.a.: Kompendium der Einzelhandelsimmobilie, Wiesbaden: IZ Immobilien Zeitung
- Hottmann, J.: Einkommensteuer, Stuttgart: Schäfer Poeschel Verlag
- Meissner, G. u.a.: Umsatzsteuer, Stuttgart: Schäfer Poeschel Verlag
- Völker, L.: Arbeits- und Sozialversicherungsrecht, Norderstedt: books on demand

## Warenflüsse im MCM (W3BW\_HD462)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Warenflüsse im MCM	W3BW_HD462	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen die aktuellen Anforderungen hinsichtlich der vertieften Thematik dieses Multichannel-Management-Moduls bezüglich Warenwirtschaft und Global Sourcing in einem internationalen Kontext.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind dazu in der Lage, die erlernten Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld kritisch reflektiert zu realisieren.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden erkennen Innovationen und Veränderungen im Marktgeschehen und sollten auch selbst kreative Impulsgeber im Unternehmens sein.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Mit Weitblick und Umsichtigkeit können die Studierenden theoretisch und praktisch umfassende Multichannel-Prozesse entwickeln, bewerten und implementieren, wobei sie dazu integrative Sach- und Fachkompetenzen nutzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Warenflüsse im MCM</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Quantitative Methoden in der Warenwirtschaft: Beschaffungsorganisation und -marketing im MCM, Vertiefung Logistik und Warenwirtschaft		
Global Sourcing: Ein- und Ausfuhren, optimale Gestaltung internationaler Transportketten, rechtliche Grundlagen des Im- und Exportes, Warenursprung und Präferenzen, steuerliche Gesichtspunkte, Finanzierungen und Absicherungen bei Ein- und Ausfuhren, Risikoabschätzung und Controlling internationaler Partnerschaften, Grundlagen des E-Procurement und die sich ergebenden Gesamtkosten		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
- Becker, J./Kugler, M./Rosemann, M. (Hrsg.): Prozessmanagement, Berlin: Springer Gabler
- Bogaschewsky, R. (Hrsg.): Beschaffung vor dem Hintergrund der Globalisierung, Frankfurt a.M.: BME
- Hartmann, H. (Hrsg.): Modernes Einkaufsmanagement, Gernsbach: Deutscher Betriebswirte-Verlag
- Helmold, M./Terry, M.: Global Sourcing and Supply Management Excellence in China, Singapore: Springer
- Kleemann, F.: Global Sourcing, Saarbrücken: AV AkademikerVerlag.

- Kopp, W.: Logistikmanagement im Beschaffungsbereich, Saarbrücken: AV AkademikerVerlag
- Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistikmanagement: Prozesse, Berlin: Springer Gabler
- Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistikmanagement: Beschaffung, Berlin et al.: Springer Gabler.
- Lasch, R.: Strategisches und operatives Logistikmanagement: Distribution, Berlin et al.: Springer Gabler.

## Rechtliche und organisatorische Besonderheiten im MCM (W3BW\_HD463)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Rechtliche und organisatorische Besonderheiten im MCM	W3BW_HD463	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden haben ein breites und integriertes Wissen und Verstehen des Controllings. Zusätzlich sind Sie in der Lage, die rechtlichen Aspekte des Wettbewerbs- und Markenrechts zu beurteilen und zu bewerten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind dazu in Lage die relevanten Methoden und Techniken, z.B. hinsichtlich der Realisierung und Implementierung von Prozessen und Projekten im fachlichen und praktischen Kontext zu bewerten.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können selbstständig und eigenverantwortlich Prozesse und Projekte umsetzen. Dazu gehört auch die jeweils angepasste und oft erforderliche sensible Kommunikationsfähigkeit in Theorie und Praxis.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden setzen theoretisch und praktisch erarbeitetes Wissen integrativ und interdisziplinär zielorientiert ein.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Rechtliche und organisatorische Besonderheiten im MCM</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Wettbewerbs-/Kartellrecht: Wettbewerbs- und Markenrecht (GWB, UWG, Schutzrechte, Produktverantwortung), Kartellrecht, handelsrelevante Sonderregelungen (z.B. BaunutzungsVO, Ladenöffnungszeiten)  Sonderaspekte des Handelscontrollings: Organisation des Controllings als Stabsstelle zur Unterstützung der Unternehmensleitung, Controllingfunktionen, Controllingbereiche, Controllinginstrumente, Wertorientierung als Richtschnur für das Controlling		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
- Atkinson, A.A./Kaplan, R.S./Matsumura, E.M./Young, S.M.: Management Accounting: Information for Decision-Making and Strategy Execution, Upper Saddle River: Prentice Hall - Coenenberg, A. G./Haller, A./Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Stuttgart: Schaeffer Poeschel - Horváth, P.: Controlling, München: Vahlen - Nordemann, W./Nordemann, J.: Wettbewerbs- und Markenrecht, Baden-Baden: Nomos - Schulte, C.: Personalcontrolling mit Kennzahlen, München: Vahlen.



## Psychologische Aspekte des Wirtschaftens (W3BW\_HD464)

### Economic and business psychology

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Psychologische Aspekte des Wirtschaftens	W3BW_HD464	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Projekt, Case Study, Inverted Classroom, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Durch das Modul „Psychologische Aspekte des Wirtschaftens“ erwerben die Studierenden fundierte psychologische Kenntnisse sowohl im Umgang mit Menschen als auch mit Organisationen, Mensch-Maschine-Systemen und Märkten. Darauf aufbauend beherrschen sie die behandelten Elemente und Werkzeuge der Wirtschaftspsychologie in modulübergreifender, interdisziplinärer und lösungsorientierter Weise.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, die vermittelten Inhalte der Wirtschaftspsychologie gedanklich zu durchdringen und reflektierend zu bewerten. Sie können jeweils geeignete Methoden bzw. Modelle problembezogen und zielorientiert auswählen und anwenden. Sie haben die Kompetenzen erworben, um geeignete Techniken und Methoden zur strukturierten Bearbeitung unterschiedlicher Aufgabenstellungen einzusetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Den Studierenden gelingt es, die in den Modulhalten angesprochenen Elemente im Hinblick auf die damit verbundene soziale, ethische und ökologische Verantwortung (selbst-)kritisch zu reflektieren.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Zentrales Merkmal des Moduls ist es, die Studierenden zu befähigen, wichtige Entwicklungen innerhalb und außerhalb des Unternehmens unter Berücksichtigung psychologisch relevanter Einflussgrößen zu erkennen und das eigene Entscheidungsverhalten unter Rückgriff auf die einschlägigen Methoden auf diese Entwicklungen hin zielorientiert auszurichten.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Psychologische Aspekte des Wirtschaftens</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundkenntnisse der allgemeinen Psychologie, der Persönlichkeitspsychologie und der Sozialpsychologie</li> <li>- Organisationspsychologie</li> <li>- Arbeitspsychologische Grundlagen der Mensch-Maschine-Systemgestaltung</li> <li>- Wechselwirkung zwischen Konsumentenverhalten und Gesamtwirtschaft</li> <li>- Markt- und Marketingpsychologie</li> <li>- Psychologie gesamtwirtschaftlicher Prozesse</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Felser, G.: Werbe- und Konsumentenpsychologie. Berlin: Springer
- Kirchner, E. : Wirtschaftspsychologie: Individuen, Gruppen, Märkte, Staat. Göttingen: Hogrefe
- Rosenstiel, L. v.: Grundlagen der Organisationspsychologie: Basiswissen und Anwendungshinweise Stuttgart: Schäffer-Poeschel
- Schuler, H.: Lehrbuch der Organisationspsychologie. Bern: Huber
- Sonntag, K./Frieling, E./ Stegmaier, R.: Lehrbuch Arbeitspsychologie Bern: Huber

## Seminar zur Wirtschaftspsychologie (W3BW\_HD465)

### Advanced seminar (Economic and business psychology)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Seminar zur Wirtschaftspsychologie	W3BW_HD465	Deutsch/Englisch	Roman Müller

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Seminar, Projekt, Laborübung, Case Study, Inverted Classroom

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Seminararbeit (mit Präsentation) oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in geschichtliche oder aktuelle Fragen der Wirtschaftspsychologie, in psychologische Aspekte des Managements und/oder der Mitarbeiterführung, in theoretische und/oder praktische Konzepte der Wirtschaftspsychologie.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende üben themenrelevante Informationen mit wissenschaftlichen Methoden zu sammeln und zu interpretieren. Die Studierenden erhalten dann im Seminar die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Themen- und problemadäquate Methoden werden ausgewählt und hinsichtlich Praktikabilität und Grenzen eigenständig eingeschätzt.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Studierenden können sich eigenständig und ausdauernd in eine betriebswirtschaftliche Problematik einarbeiten. Die Studierenden entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlechtstrukturierten Situation umgehen. Im Seminar zeigen die Absolventen ein hohes Maß an Teamorientierung und kultursensibles, tolerantes Arbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Fach- und Führungsumfeld vorzu-bereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihres Studiums Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Seminar zur Wirtschaftspsychologie</b>	<b>50,0</b>	<b>100,0</b>
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle oder alternative Entwicklungen der Wirtschaftspsychologie im Branchenkontext wissenschaftlich fundiert aufzubereiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen.		

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-



## Technische Grundlagen für den Technischen Handel (W3BW\_HD466)

### Technical Basics for Technical Trade

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Technische Grundlagen für den Technischen Handel	W3BW_HD466	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden erlernen in dem Modul die Grundlagen der Werkstoffkunde mit den Schwerpunkten Metall und Kunststoffe sowie Grundlagen der Konstruktionslehre und können technische Zeichnungen lesen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden lernen die Grundlagen für die Methoden der Ingenieurwissenschaft kennen und können sich systematisch mit diesen Themen auseinandersetzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden haben sich persönlich mit Technik-Grundlagen beschäftigt und können darüber besser und wirksamer mit Ingenieuren kommunizieren und mit diesen in übergreifenden Projektteams zusammenarbeiten.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Im Bereich „Technischer Handel“ können sich die Studierenden wirkungsvoll mit technischen Fragestellungen auseinandersetzen und besitzen dafür ein technisches Grundverständnis in den Bereichen Metalle und Kunststoffe sowie Verständnis für diese Werkstoffe mit ihren spezifischen Eigenschaften.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Technik-Grundlagen und Konstruktion</b>	<b>30,0</b>	<b>65,0</b>
Grundlagen Technische Zeichnungen und Konstruktionen		
<b>Werkstoffe</b>	<b>20,0</b>	<b>35,0</b>
Werkstoffkunde (Metall- und Legierungskunde, Kunststoffe und Elastomere, Werkstoffprüfung)		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
Betriebswirtschafts-Vorlesungen des 1. Studienjahres sowie Vorlesung Grundlagen im technischen Außenhandel

Literatur
- Abts, G.: Kunststoff-Wissen für Einsteiger, Hanser - Bürger, M.: Konstruktionslehre: Maschinenbau Taschenbuch, Europa-Verlag - Gomeringer, R./Heinzler, M.: Tabellenbuch Metall XXL CD: Tabellenbuch, Formelsammlung und CD, Tabellenbuch Metall, Europa-Verlag

## Fachliche Grundlagen zum Branchenhandel Elektro I (W3BW\_HD513)

### Technical Basics for Commerce of Electrical Parts

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Fachliche Grundlagen zum Branchenhandel Elektro I	W3BW_HD513	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Laborübung

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen nach dem erfolgreichen Besuch des Moduls wesentliche technische Grundlagen für die Elektrobranche.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden im Unternehmen anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden setzen sich nicht nur mit den betriebswirtschaftlichen, sondern auch den technischen Grundlagen der relevanten Branche auseinander und werden damit ein kompetenter Ansprechpartner für ihre Kunden, Lieferanten und innerhalb des Unternehmens.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erlernen branchenspezifische Besonderheiten, um später erfolgreich Produktmanagement, Vertrieb, Projektmanagement und allgemein Management in ihren Unternehmen durchführen zu können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Technische Grundlagen für den Elektrohhandel</b>	20,0	35,0
Technische Grundlagen mit dem Lesen von relevanten Zeichnungen und Plänen, Erstellen von relevanten Zeichnungen und Plänen, Grundlagen zu Materialangaben und Materialeigenschaften		
<b>Grundlagen Elektrotechnik und Elektronik</b>	35,0	60,0
Grundlagen der Elektrotechnik und Elektronik		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
Grollius, H.-W.: Technisches Zeichnen für Maschinenbauer, Carl Hanser Verlag Müller, P., Meyer, G.: Basics Elektrotechnik, Christiani-Verlag.

## Fachliche Grundlagen zum Branchenhandel Elektro II (W3BW\_HD514)

### Technical details for commerce of electrical parts

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Fachliche Grundlagen zum Branchenhandel Elektro II	W3BW_HD514	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

  

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

  

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Laborübung

  

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

  

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

  

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden vertiefen im Modul ihre Kenntnisse der wesentlichen technischen Grundlagen für die Elektrobranche.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden im Unternehmen anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden setzen sich intensiv mit den technischen Grundlagen der relevanten Branche auseinander und werden damit auch ein kompetenter für technische Ansprechpartner ihrer Kunden, Lieferanten und innerhalb des Unternehmens.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erlernen branchenspezifische Besonderheiten, um später erfolgreich Produktmanagement, Vertrieb, Projektmanagement, Logistik und Management in ihren Unternehmen durchführen zu können.

  

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Vertiefung der Elektrotechnik</b>	50,0	100,0
Grundlagen der Sensor- und Messtechnik, Grundlagen der System- und Automatisierungstechnik, Grundlagen der Energietechnik		

  

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur
<b>Voraussetzungen</b>
Fachliche Grundlagen zum Branchenhandel Elektro

  

Literatur
jeweils die neueste Auflage: Müller, P., Meyer, G.: Basics Elektrotechnik, Christiani-Verlag.

aus aktueller Orga-Einheit

## Vertriebliche Besonderheiten der Wertschöpfungskette Bau und Haustechnik (W3BW\_HD574)

Sales Specialities of the Value Chain Civil Engineering, Heating, Ventilation, Air Conditioning and Refrigeration (HVACR)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Vertriebliche Besonderheiten der Wertschöpfungskette Bau und Haustechnik	W3BW_HD574	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls die Besonderheiten im Bereich des Vertriebs in den Branchen Bau und Haustechnik, welche von der handwerklichen Leistungsausführung beim Kunden an der Baustelle geprägt sind.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden im Vertrieb an zuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden setzen sich mit den spezifischen vertrieblichen Besonderheiten der relevanten Branche auseinander und werden damit ein kompetenter Ansprechpartner für ihre Kunden und Lieferanten und innerhalb des Unternehmens.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erlernen branchenspezifische Besonderheiten, um später erfolgreich Vertrieb und Management in ihren Unternehmen durchführen zu können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Ausschreibungswesen, spezifische Kalkulation und Vertrieb für Bau und Haustechnik</b>	<b>55,0</b>	<b>95,0</b>
Besonderheiten des branchenspezifischen Vertriebs - Ausschreibungswesen, spezifische Kalkulation und Vertrieb für den Bereich Bau und Haustechnik		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

Voraussetzungen
-

Literatur
jeweils die neueste Auflage: Henning, A.: Ausschreibung nach VOB und BGB: Leitfaden zur sicheren Leistungsbeschreibung und Vergabe, Emken, M. und Windbacher M.-O.: Baustoff-Handelskunde, Wohlfahrt-Verlag

## Logistische Besonderheiten der Wertschöpfungskette Bau und Haustechnik (W3BW\_HD575)

Logistical specialities of the value chain civil engineering, heating, ventilation, air conditioning and refrigeration (HVACR)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Logistische Besonderheiten der Wertschöpfungskette Bau und Haustechnik	W3BW_HD575	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Alexander Neumann

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Klausur oder Portfolio	120	ja

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden kennen nach dem erfolgreichen Besuch des Moduls die nicht-vertrieblichen, logistischen, spezifischen Besonderheiten der Branchen Bau und Haustechnik, welche von der handwerklichen Leistungsausführung beim Kunden an der Baustelle geprägt sind. Die Studierenden lernen zudem die Baustellenlogistik näher kennen.
<b>Methodenkompetenz</b>	Studierende haben die Kompetenz erworben, die erlernten Konzepte, Modelle und Methoden im Unternehmen anzuwenden.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden setzen sich nicht nur mit den allgemeinen, sondern auch mit den spezifischen Besonderheiten der Branchen im Hinblick auf die Baustellenausführung auseinander und werden damit ein kompetenter Ansprechpartner für ihre Kunden, Lieferanten und innerhalb des Unternehmens.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden erlernen branchenspezifische Besonderheiten, um später erfolgreich Logistik, Projektmanagement und Management in ihren Unternehmen durchführen zu können.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>VOB, Baurecht</b>	20,0	40,0
Deutsche Baurecht-Grundlagen, VOB als bauspezifische Vertragsgrundlage, spezifische Rechtsanwendung Bau und Haustechnik		
<b>SCM Bau und Haustechnik und Baustellenlogistik</b>	30,0	60,0
Besonderheiten der branchenspezifischen Logistik Bau und Haustechnik – Supply Chain Management mit übergreifenden Ansätzen, Baustellenlogistik, Bauabwicklung.		

Besonderheiten und Voraussetzungen
<b>Besonderheiten</b>
Prüfungsdauer gilt nur für Klausur

Voraussetzungen
-

Literatur
jeweils die neueste Auflage: VOB / HOAI



## Schlüsselqualifikationen I (HDH) (W3BW\_HD701)

### Key Qualifications I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen I (HDH)	W3BW_HD701	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Basisqualifikation Fachsprache</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschäftsbriefe (Anfragebriefe, Bestellungen, Beschwerdebriefe etc.)</li> <li>- Reports und Proposals</li> <li>- Kundentelefonate</li> <li>- Analyse von Case Studies</li> <li>- Präsentation des eigenen Unternehmens</li> <li>- Analyse und Diskussion aktueller Wirtschaftsthemen, z.B. basierend auf Artikeln</li> <li>- Fachvokabular aus der jeweiligen Studienrichtung</li> <li>- Tense review</li> </ul>		
<b>Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften</li> <li>- Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)</li> <li>- Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)</li> <li>- Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)</li> <li>- Wissenschaftliches Exposé</li> <li>- Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)</li> <li>- Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase</li> <li>- Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente</li> <li>Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben</li> </ul>		
<b>Präsentations- und Kommunikationskompetenz</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p><b>Präsentationskompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation</li> <li>- Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie</li> <li>- Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)</li> <li>- Präsentationstechniken</li> <li>- Stimmarbeit und Rhetorik</li> <li>- Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik</li> <li>- Umgang mit Lampenfieber</li> <li>- Nachbereitung der Präsentation</li> <li>- Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen</li> <li>- Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung</li> </ul> <p><b>Kommunikationskompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien</li> <li>- Kommunikation und Interaktion</li> <li>- Rhetorik</li> <li>- Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten</li> <li>- Verhandlungstechniken</li> <li>- Aktives Zuhören</li> <li>- Fragetechnik</li> <li>- Kommunikationsstörungen</li> <li>- Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

<b>Besonderheiten</b>
-

<b>Voraussetzungen</b>
keine

## Literatur

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer</li> <li>- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica</li> <li>- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius &amp; Lucius</li> <li>- Renner, H.-G. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg:Verlag Windmühle</li> <li>- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg</li> <li>- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen</li> <li>- Stichel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler</li> <li>- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen</li> </ul>
---



## Schlüsselqualifikationen II (HDH) (W3BW\_HD702)

### Key Qualifications II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen II (HDH)	W3BW_HD702	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Branchenspezifische Unternehmenssimulation (2. Studienjahr)</b>	<b>27,0</b>	<b>47,0</b>
<p>In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Entwicklung von Unternehmensleitbildern</li> <li>– Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur</li> <li>– Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen)</li> <li>– Erprobung der Qualität von Leistungen</li> <li>– Situationspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen</li> <li>– Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen</li> <li>– Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg</li> <li>– Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen)</li> <li>– Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team</li> </ul>		
<b>Wissenschaftstheorie und Methoden der empirischen Forschung</b>	<b>28,0</b>	<b>48,0</b>
<p>Wissenschaftstheorie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Wissenschaft und Wissenschaftstheorie, Einordnung der Disziplinen</li> <li>– Wissenschaftstheoretische Grundpositionen (z.B. Rationalismus, Empirismus, kritischer Rationalismus, historische Wissenschaftstheorie, Konstruktivismus)</li> <li>– Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie (z.B. Aussagen, Axiom, Hypothese, Modell, Theorie)</li> <li>– Forschungslogik (Induktion, Deduktion, wissenschaftliche Erklärungsmodelle)</li> <li>– Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft</li> <li>– Ethik in den Wirtschaftswissenschaften</li> </ul> <p>Methoden der empirischen Sozialforschung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Typologie wissenschaftlicher Arbeiten (konzeptionelle/ modellierende Arbeiten, empirische Untersuchungen, Metastudien) und Methodologie</li> <li>– Operationalisieren und messen</li> <li>– Auswahlverfahren (Stichproben, Verzerrungen, Gewichtungen)</li> <li>– Untersuchungsformen und Datenerhebung (Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment)</li> <li>– Datenaufbereitung und erste Analyse (Datenaufbereitung/-codierung, Dokumentation, Häufigkeiten, Kreuztabellen, Lagemaße)</li> <li>– Fortgeschrittene Datenanalyse (Streuungen, Korrelationen, multivariate Verfahren, Signifikanzaussagen)</li> <li>– Besonderheiten qualitativer Sozialforschung, Phasen des Forschungsprozesses</li> <li>– Prinzipien der Darstellung und Interpretation (Visualisierung, Interpretation, Datenquellen)</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
keine

## Literatur

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer</li> <li>- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica</li> <li>- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius &amp; Lucius</li> <li>- Opper, K.: Business Knigge International. Freiburg:Haufe</li> <li>- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg</li> <li>- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg</li> <li>- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen</li> <li>- Stöckel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler</li> <li>- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen</li> </ul>
--

## Schlüsselqualifikationen III (HDH) (W3BW\_HD703)

### Key Qualification III (HDH)

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen III (HDH)	W3BW_HD703	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen.</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat.</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren.</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft.</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen.</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Funktionsspezifische Unternehmenssimulation (3. Studienjahr)</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
In Kontext der Funktionsspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere auf unternehmerische Funktionen oder Marketinginstrumente bezogene Simulationen in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation können zum Beispiel Simulationen zu nachfolgend exemplarisch genannten Themenschwerpunkten sein: – Banking/Finanzmanagement – Logistik – Marketing – Markenmanagement – Vertrieb – Versicherungen		
<b>Projektskizze zur Bachelorarbeit</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
– Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein) – Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen I (HN) (W3BW\_HD704)

### Key Qualifications I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen I (HN)	W3BW_HD704	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften</li> <li>– Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)</li> <li>– Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)</li> <li>– Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)</li> <li>– Wissenschaftliches Exposé</li> <li>– Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)</li> <li>– Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase</li> <li>– Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben</li> </ul>		
<b>Präsentations- und Kommunikationskompetenz</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p>Präsentationskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation</li> <li>– Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie</li> <li>– Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)</li> <li>– Präsentationstechniken</li> <li>– Stimmarbeit und Rhetorik</li> <li>– Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik</li> <li>– Umgang mit Lampenfieber</li> <li>– Nachbereitung der Präsentation</li> <li>– Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen</li> <li>– Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung</li> </ul> <p>Kommunikationskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien</li> <li>– Kommunikation und Interaktion</li> <li>– Rhetorik</li> <li>– Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten</li> <li>– Verhandlungstechniken</li> <li>– Aktives Zuhören</li> <li>– Fragetechnik</li> <li>– Kommunikationsstörungen</li> <li>– Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion</li> </ul>		
<b>Studienrichtungsspezifische Seminare (1. Studienjahr)</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p>In den Studienrichtungsspezifischen Seminaren werden Inhalte vermittelt, welche die Kern- und Wahlmodule der Studienrichtung ergänzen. Dies können insbesondere Seminare zu studienrichtungsspezifischer Software sowie zur Vermittlung studienrichtungsspezifischer Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen sein. Die Seminare können auch in Form von Outdoor-Seminaren durchgeführt werden.</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

<b>Besonderheiten</b>
-

<b>Voraussetzungen</b>
keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Renner, H.-G. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg:Verlag Windmühle
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stichel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen II (HN) (W3BW\_HD705)

### Key Qualifications II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen II (HN)	W3BW_HD705	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Studienrichtungsbezogene Sozialkompetenzen</b>	<b>27,0</b>	<b>47,0</b>
Inhalt noch in Erarbeitung		
<b>Vertiefung wissenschaftliches Arbeiten</b>	<b>28,0</b>	<b>48,0</b>
– Wissenschaftliches Schreiben, Argumentationsketten/roter Faden, Umgang mit Schreibblockaden, Lesestrategien – Wissenschaftliches Exposé – Vertiefte Übungen zum Wissenschaftlichen Arbeiten aus SQ I		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Opper, K.: Business Knigge International. Freiburg:Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen III (HN) (W3BW\_HD706)

### Key Qualifications III

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen III (HN)	W3BW_HD706	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen.</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat.</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren.</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft.</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen.</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Branchenspezifische Unternehmenssimulation (3. Studienjahr)</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<p>In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Entwicklung von Unternehmensleitbildern</li><li>– Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur</li><li>– Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen)</li><li>– Erprobung der Qualität von Leistungen</li><li>– Situationspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen</li><li>– Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen</li><li>– Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg</li><li>– Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen)</li><li>– Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team</li></ul>		
<b>Projektskizze zur Bachelorarbeit</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein)</li><li>– Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen I (KA) (W3BW\_HD707)

### Key Qualifications I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen I (KA)	W3BW_HD707	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften</li> <li>– Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)</li> <li>– Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)</li> <li>– Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)</li> <li>– Wissenschaftliches Exposé</li> <li>– Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)</li> <li>– Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase</li> <li>– Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben</li> </ul>		
<b>Präsentations- und Kommunikationskompetenz</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p>Präsentationskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation</li> <li>– Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie</li> <li>– Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)</li> <li>– Präsentationstechniken</li> <li>– Stimmarbeit und Rhetorik</li> <li>– Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik</li> <li>– Umgang mit Lampenfieber</li> <li>– Nachbereitung der Präsentation</li> <li>– Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen</li> <li>– Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung</li> </ul> <p>Kommunikationskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien</li> <li>– Kommunikation und Interaktion</li> <li>– Rhetorik</li> <li>– Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten</li> <li>– Verhandlungstechniken</li> <li>– Aktives Zuhören</li> <li>– Fragetechnik</li> <li>– Kommunikationsstörungen</li> <li>– Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion</li> </ul>		
<b>Selbstmanagement (1. Studienjahr)</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
Inhalt noch in Erarbeitung		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

## Literatur

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer</li> <li>- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica</li> <li>- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius &amp; Lucius</li> <li>- Renner, H.-G. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg:Verlag Windmühle</li> <li>- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg</li> <li>- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen</li> <li>- Sticker-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler</li> <li>- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen</li> </ul>
---

## Schlüsselqualifikationen II (KA) (W3BW\_HD708)

### Key Qualifications II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen II (KA)	W3BW_HD708	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Wissenschaftstheorie und Methoden der empirischen Forschung</b>	<b>28,0</b>	<b>48,0</b>
<p>Wissenschaftstheorie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Wissenschaft und Wissenschaftstheorie, Einordnung der Disziplinen</li> <li>– Wissenschaftstheoretische Grundpositionen (z.B. Rationalismus, Empirismus, kritischer Rationalismus, historische Wissenschaftstheorie, Konstruktivismus)</li> <li>– Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie (z.B. Aussagen, Axiom, Hypothese, Modell, Theorie)</li> <li>– Forschungslogik (Induktion, Deduktion, wissenschaftliche Erklärungsmodelle)</li> <li>– Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft</li> <li>– Ethik in den Wirtschaftswissenschaften</li> </ul> <p>Methoden der empirischen Sozialforschung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Typologie wissenschaftlicher Arbeiten (konzeptionelle/ modellierende Arbeiten, empirische Untersuchungen, Metastudien) und Methodologie</li> <li>– Operationalisieren und messen</li> <li>– Auswahlverfahren (Stichproben, Verzerrungen, Gewichtungen)</li> <li>– Untersuchungsformen und Datenerhebung (Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment)</li> <li>– Datenaufbereitung und erste Analyse (Datenaufbereitung/-codierung, Dokumentation, Häufigkeiten, Kreuztabellen, Lagemaße)</li> <li>– Fortgeschrittene Datenanalyse (Streuungen, Korrelationen, multivariate Verfahren, Signifikanzaussagen)</li> <li>– Besonderheiten qualitativer Sozialforschung, Phasen des Forschungsprozesses</li> <li>– Prinzipien der Darstellung und Interpretation (Visualisierung, Interpretation, Datenquellen)</li> </ul>		
<b>Berufs- und arbeitspädagogische Fertigkeiten in der beruflichen Ausbildung</b>	<b>27,0</b>	<b>47,0</b>
Inhalt noch in Erarbeitung		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Opper, K.: Business Knigge International. Freiburg:Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen III (KA) (W3BW\_HD709)

### Key Qualifications III

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen III (KA)	W3BW_HD709	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen.</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat.</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren.</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft.</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen.</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Branchenspezifische Unternehmenssimulation (3. Studienjahr)</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<p>In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung von Unternehmensleitbildern</li> <li>- Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur</li> <li>- Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen)</li> <li>- Erprobung der Qualität von Leistungen</li> <li>- Situationspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen</li> <li>- Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen</li> <li>- Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg</li> <li>- Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen)</li> <li>- Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team</li> </ul>		
<b>Mitarbeiterunterweisung und -gespräche</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mitarbeitergespräch: formale und informal (Verständnis)</li> <li>- Gesprächsanlässe: Zielvereinbarung, Beurteilung, Weiterbildung, Kritik, Kündigung</li> <li>- Gesprächstechniken: paraphrasieren, verbalisieren, Fragetechniken, pacen usw.</li> <li>- Zielvereinbarungsgespräche: Anforderungen an Ziele (SMART), Aufbau eines Zielvereinbarungsgesprächs</li> <li>- Beurteilungsgespräch: Jahresprozess der Beurteilung (Aufschreibung, Zuordnung, Bewertung), dialogischer Ablauf des Beurteilungsgesprächs, Nachgang</li> <li>- Förder- und Weiterbildungsgespräch: Trainingsbedarfsanalyse, Ablauf eines Fördergesprächs, Lernzielvereinbarung</li> <li>- Kritisches Mitarbeitergespräch: (Anlässe: unentschuldigtes Fehlen, Schlechtleistung usw.), Vorbereitung, Aufbau und Ablauf</li> <li>- Kündigungsgespräch: traumatisches Erlebnis Kündigung, psychologischer Verarbeitungsprozess Kündigung, Gesprächsvorbereitung und Ablauf eines Kündigungsgesprächs (differenziert nach verhaltens- und betriebsbedingt)</li> <li>- Mitarbeiterunterweisung: Sinn und Zweck; Vier-Stufen-Methode der Unterweisung (dabei Unterweisungsentwurf erstellen und Unterweisungsdurchführung)</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickle-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen I (LÖ) (W3BW\_HD710)

### Key Qualifications I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen I (LÖ)	W3BW_HD710	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften</li> <li>– Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)</li> <li>– Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)</li> <li>– Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)</li> <li>– Wissenschaftliches Exposé</li> <li>– Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)</li> <li>– Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase</li> <li>– Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente Zitation (u.a. Arten von Zitaten, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben</li> </ul>		
<b>Kreativitäts- und Problemlösungstechniken</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
Inhalt noch in Erarbeitung		
<b>Präsentations- und Kommunikationskompetenz</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p>Präsentationskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation</li> <li>– Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie</li> <li>– Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)</li> <li>– Präsentationstechniken</li> <li>– Stimmarbeit und Rhetorik</li> <li>– Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik</li> <li>– Umgang mit Lampenfieber</li> <li>– Nachbereitung der Präsentation</li> <li>– Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen</li> <li>– Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung</li> </ul> <p>Kommunikationskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien</li> <li>– Kommunikation und Interaktion</li> <li>– Rhetorik</li> <li>– Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten</li> <li>– Verhandlungstechniken</li> <li>– Aktives Zuhören</li> <li>– Fragetechnik</li> <li>– Kommunikationsstörungen</li> <li>– Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

<b>Besonderheiten</b>
-
<b>Voraussetzungen</b>
keine

## Literatur

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer</li> <li>- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica</li> <li>- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius &amp; Lucius</li> <li>- Renner, H.-G. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg: Verlag Windmühle</li> <li>- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg</li> <li>- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen</li> <li>- Sticker-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler</li> <li>- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen</li> </ul>
--

## Schlüsselqualifikationen II (LÖ) (W3BW\_HD711)

### Key Qualifications II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen II (LÖ)	W3BW_HD711	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Moderation</b>	<b>27,0</b>	<b>47,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Anwendungsfelder bzw. Kontexte für Moderationen</li><li>- Erfolgsfaktoren von Moderationen: Gesprächsführung, Visualisierung, persönliches Verhalten des Moderierenden und methodische Arbeitsweise des Moderierenden</li><li>- Ebenen der Moderation</li><li>- Rolle von Moderierenden</li><li>- Aufgaben von Moderierenden</li><li>- Prozess der Moderation: Vorbereitung und Planung, Durchführung sowie Nachbereitung und Dokumentation der Ergebnisse</li><li>- Vorbereitung von Moderationen (Ziele, Rahmenbedingungen, Ressourcen, Moderationskonzept)</li><li>- Vorstrukturierung der Mitschriften von Moderationen</li><li>- Techniken der Moderation:<ul style="list-style-type: none"><li>- Visualisierungstechniken (z. B. Schaubilder, Skizzen, farbliche Elemente, Formen)</li><li>- Fragetechniken: Beachte die goldene Moderationsregel: "Fragen statt sagen!" (z. B. W-Fragen)</li><li>- Techniken für Präsentations- und Informationsphasen in der Moderation (z. B. Pecha Kucha)</li><li>- Techniken für das Sammeln von Informationen, Ideen und Sachverhalten (z. B. Kartenabfrage bzw. Metaplantchnik)</li><li>- Techniken für das Strukturieren von Informationen, Ideen und Sachverhalten (z. B. Fischgräten- bzw. ISHIKAWA-Diagramm)</li><li>- Techniken für das Entwickeln bzw. Erzeugen von neuen Ideen bzw. Lösungen (z.B. Kreativitätstechniken)</li><li>- Techniken zur Bewertung von Informationen, Ideen und Sachverhalten (z. B. Ein- oder Mehrpunktfragen)</li><li>- Techniken für Entscheidungsphasen (z. B. Selektionsmatrix)</li><li>- Reflexions- und Feedbacktechniken (z. B. Zirkuläres Feedback)</li></ul></li><li>- Medien zur Visualisierung</li><li>- Methoden zur Steuerung von Diskussionen (Lenkung durch Fragen, Zusammenfassung von Beiträgen, Rückspiegelung des Verhaltens an Teilnehmer)</li><li>- Dokumentation der Ergebnisse (Fotoprotokolle etc.)</li></ul>		
<b>Vertiefung wissenschaftliches Arbeiten</b>	<b>28,0</b>	<b>48,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Wissenschaftliches Schreiben, Argumentationsketten/roter Faden, Umgang mit Schreibblockaden, Lesestrategien</li><li>- Wissenschaftliches Exposé</li><li>- Vertiefte Übungen zum Wissenschaftlichen Arbeiten aus SQ I</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Opperl, K.: Business Knigge International. Freiburg:Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stichel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen III (LÖ) (W3BW\_HD712)

### Key Qualifications II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen III (LÖ)	W3BW_HD712	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen.</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat.</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren.</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft.</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen.</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Branchenspezifische Unternehmenssimulation (3. Studienjahr)</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<p>In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Entwicklung von Unternehmensleitbildern</li><li>– Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur</li><li>– Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen)</li><li>– Erprobung der Qualität von Leistungen</li><li>– Situationspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen</li><li>– Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen</li><li>– Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg</li><li>– Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen)</li><li>– Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team</li></ul>		
<b>Projektskizze zur Bachelorarbeit</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein)</li><li>– Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen I (MA) (W3BW\_HD713)

### Key Qualifications I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen I (MA)	W3BW_HD713	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p>– Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften</p> <p>– Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)</p> <p>– Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)</p> <p>– Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)</p> <p>– Wissenschaftliches Exposé</p> <p>– Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)</p> <p>– Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase</p> <p>– Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben</p>		
<b>IT-Kompetenz</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p>– Spektrum der IT-Anwendungen der jeweiligen Studienrichtung</p> <p>– Anwendung und Übung mit verschiedenen Tools</p>		
<b>Präsentations- und Kommunikationskompetenz</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p><b>Präsentationskompetenz</b></p> <p>– Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation</p> <p>– Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie</p> <p>– Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)</p> <p>– Präsentationstechniken</p> <p>– Stimmarbeit und Rhetorik</p> <p>– Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik</p> <p>– Umgang mit Lampenfieber</p> <p>– Nachbereitung der Präsentation</p> <p>– Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen</p> <p>– Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung</p> <p><b>Kommunikationskompetenz</b></p> <p>– Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien</p> <p>– Kommunikation und Interaktion</p> <p>– Rhetorik</p> <p>– Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten</p> <p>– Verhandlungstechniken</p> <p>– Aktives Zuhören</p> <p>– Fragetechnik</p> <p>– Kommunikationsstörungen</p> <p>– Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

-

## Literatur

- überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,
- zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,
- lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

## Schlüsselqualifikationen II (MA) (W3BW\_HD714)

### Key Qualifications II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen II (MA)	W3BW_HD714	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Funktionspezifische Unternehmenssimulation (2. Studienjahr)</b>	<b>27,0</b>	<b>47,0</b>
In Kontext der funktionspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere auf unternehmerische Funktionen oder Marketinginstrumente bezogene Simulationen in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulationen können zum Beispiel Simulationen zu nachfolgend exemplarisch genannten Themenschwerpunkten sein: – Banking/Finanzmanagement – Logistik – Marketing – Markenmanagement – Vertrieb – Versicherungen		
<b>Vertiefung wissenschaftliches Arbeiten</b>	<b>28,0</b>	<b>48,0</b>
– Wissenschaftliches Schreiben, Argumentationsketten/roter Faden, Umgang mit Schreibblockaden, Lesestrategien – Wissenschaftliches Exposé – Vertiefte Übungen zum Wissenschaftlichen Arbeiten aus SQ I		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Oppel, K.: Business Knigge International. Freiburg:Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stichel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen III (MA) (W3BW\_HD715)

### Key Qualifications III

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen III (MA)	W3BW_HD715	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen.</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat.</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren.</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft.</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen.</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Projektskizze zur Bachelorarbeit</b>	25,0	50,0
– Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein) – Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit		
<b>Selbstmanagement (3. Studienjahr)</b>	25,0	50,0
Inhalt noch in Erarbeitung		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lern-Techniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen I (MOS) (W3BW\_HD716)

### Key Qualifications I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen I (MOS)	W3BW_HD716	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften</li> <li>– Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)</li> <li>– Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)</li> <li>– Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)</li> <li>– Wissenschaftliches Exposé</li> <li>– Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)</li> <li>– Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase</li> <li>– Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben</li> </ul>		
<b>Präsentations- und Kommunikationskompetenz</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p>Präsentationskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation</li> <li>– Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie</li> <li>– Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)</li> <li>– Präsentationstechniken</li> <li>– Stimmarbeit und Rhetorik</li> <li>– Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik</li> <li>– Umgang mit Lampenfieber</li> <li>– Nachbereitung der Präsentation</li> <li>– Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen</li> <li>– Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung</li> </ul> <p>Kommunikationskompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien</li> <li>– Kommunikation und Interaktion</li> <li>– Rhetorik</li> <li>– Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten</li> <li>– Verhandlungstechniken</li> <li>– Aktives Zuhören</li> <li>– Fragetechnik</li> <li>– Kommunikationsstörungen</li> <li>– Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion</li> </ul>		
<b>Studienrichtungsspezifische Seminare (1. Studienjahr)</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p>In den Studienrichtungsspezifischen Seminaren werden Inhalte vermittelt, welche die Kern- und Wahlmodule der Studienrichtung ergänzen. Dies können insbesondere Seminare zu studienrichtungsspezifischer Software sowie zur Vermittlung studienrichtungsspezifischer Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen sein. Die Seminare können auch in Form von Outdoor-Seminaren durchgeführt werden.</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

<b>Besonderheiten</b>
-

<b>Voraussetzungen</b>
keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Renner, H.-G. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg:Verlag Windmühle
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stichel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen II (MOS) (W3BW\_HD717)

### Key Qualifications II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen II (MOS)	W3BW_HD717	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Studienrichtungsbezogene Sozialkompetenzen</b>	<b>27,0</b>	<b>47,0</b>
Inhalt noch in Erarbeitung		
<b>Wissenschaftstheorie und Methoden der empirischen Forschung</b>	<b>28,0</b>	<b>48,0</b>
Wissenschaftstheorie: <ul style="list-style-type: none"><li>– Wissenschaft und Wissenschaftstheorie, Einordnung der Disziplinen</li><li>– Wissenschaftstheoretische Grundpositionen (z.B. Rationalismus, Empirismus, kritischer Rationalismus, historische Wissenschaftstheorie, Konstruktivismus)</li><li>– Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie (z.B. Aussagen, Axiom, Hypothese, Modell, Theorie)</li><li>– Forschungslogik (Induktion, Deduktion, wissenschaftliche Erklärungsmodelle)</li><li>– Betriebswirtschaftslehre als Wissenschaft</li><li>– Ethik in den Wirtschaftswissenschaften</li></ul>		
Methoden der empirischen Sozialforschung: <ul style="list-style-type: none"><li>– Typologie wissenschaftlicher Arbeiten (konzeptionelle/ modellierende Arbeiten, empirische Untersuchungen, Metastudien) und Methodologie</li><li>– Operationalisieren und messen</li><li>– Auswahlverfahren (Stichproben, Verzerrungen, Gewichtungen)</li><li>– Untersuchungsformen und Datenerhebung (Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment)</li><li>– Datenaufbereitung und erste Analyse (Datenaufbereitung/-codierung, Dokumentation, Häufigkeiten, Kreuztabellen, Lagemaße)</li><li>– Fortgeschrittene Datenanalyse (Streuungen, Korrelationen, multivariate Verfahren, Signifikanzaussagen)</li><li>– Besonderheiten qualitativer Sozialforschung, Phasen des Forschungsprozesses</li><li>– Prinzipien der Darstellung und Interpretation (Visualisierung, Interpretation, Datenquellen)</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
-

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Opper, K.: Business Knigge International. Freiburg:Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen III (MOS) (W3BW\_HD718)

### Key Qualifications III

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen III (MOS)	W3BW_HD718	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen.</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat.</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren.</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft.</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen.</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Branchenspezifische Unternehmenssimulation (3. Studienjahr)</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<p>In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Entwicklung von Unternehmensleitbildern</li><li>– Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur</li><li>– Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen)</li><li>– Erprobung der Qualität von Leistungen</li><li>– Situationspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen</li><li>– Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen</li><li>– Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg</li><li>– Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen)</li><li>– Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team</li></ul>		
<b>Projektskizze zur Bachelorarbeit</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein)</li><li>– Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen I (RAV) (W3BW\_HD719)

### Key Qualifications I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen I (RAV)	W3BW_HD719	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Basisqualifikation Fachsprache</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschäftsbriefe (Anfragebriefe, Bestellungen, Beschwerdebriefe etc.)</li> <li>- Reports und Proposals</li> <li>- Kundentelefonate</li> <li>- Analyse von Case Studies</li> <li>- Präsentation des eigenen Unternehmens</li> <li>- Analyse und Diskussion aktueller Wirtschaftsthemen, z.B. basierend auf Artikeln</li> <li>- Fachvokabular aus der jeweiligen Studienrichtung</li> <li>- Tense review</li> </ul>		
<b>Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften</li> <li>- Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)</li> <li>- Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)</li> <li>- Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)</li> <li>- Wissenschaftliches Exposé</li> <li>- Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)</li> <li>- Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase</li> <li>- Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente</li> <li>Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben</li> </ul>		
<b>Präsentations- und Kommunikationskompetenz</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p><b>Präsentationskompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation</li> <li>- Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie</li> <li>- Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)</li> <li>- Präsentationstechniken</li> <li>- Stimmarbeit und Rhetorik</li> <li>- Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik</li> <li>- Umgang mit Lampenfieber</li> <li>- Nachbereitung der Präsentation</li> <li>- Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen</li> <li>- Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung</li> </ul> <p><b>Kommunikationskompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien</li> <li>- Kommunikation und Interaktion</li> <li>- Rhetorik</li> <li>- Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten</li> <li>- Verhandlungstechniken</li> <li>- Aktives Zuhören</li> <li>- Fragetechnik</li> <li>- Kommunikationsstörungen</li> <li>- Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

<b>Besonderheiten</b>
-

<b>Voraussetzungen</b>
keine

## Literatur

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer</li> <li>- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica</li> <li>- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius &amp; Lucius</li> <li>- Renner, H.-G. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg:Verlag Windmühle</li> <li>- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg</li> <li>- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen</li> <li>- Stichel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler</li> <li>- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen</li> </ul>
---



## Schlüsselqualifikationen II (RAV) (W3BW\_HD720)

### Key Qualifications II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen II (RAV)	W3BW_HD720	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Angewandtes Projektmanagement</b>	<b>27,0</b>	<b>47,0</b>
Inhalt noch in Erarbeitung		
<b>Studienrichtungsspezifische Seminare (2. Studienjahr)</b>	<b>28,0</b>	<b>48,0</b>
In den Studienrichtungsspezifischen Seminaren werden Inhalte vermittelt, welche die Kern- und Wahlmodule der Studienrichtung ergänzen. Dies können insbesondere Seminare zu studienrichtungsspezifischer Software sowie zur Vermittlung studienrichtungsspezifischer Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen sein. Die Seminare können auch in Form von Outdoor-Seminaren durchgeführt werden.		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Opper, K.: Business Knigge International. Freiburg;Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen III (RAV) (W3BW\_HD721)

### Key Qualifications III

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen III (RAV)	W3BW_HD721	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

  

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

  

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

  

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

  

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

  

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen.</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat.</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren.</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft.</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen.</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft.</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen.</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Branchenspezifische Unternehmenssimulation (3. Studienjahr)</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<p>In Kontext der Branchenspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere ganzheitliche unternehmensbezogene Simulationen im Kontext der jeweiligen Branche des Unternehmens in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation sind insbesondere folgende Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Entwicklung von Unternehmensleitbildern</li><li>– Aufbau einer leistungsfähigen personellen, organisatorischen und planerischen Infrastruktur</li><li>– Leistungsstrategische Entscheidungen (in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen)</li><li>– Erprobung der Qualität von Leistungen</li><li>– Situationspezifischer Einsatz von Marketinginstrumenten und Abstimmung der Marketinginstrumente untereinander sowie mit den Erfordernissen anderer Unternehmensfunktionen</li><li>– Planerischer Einbezug von Zeitkonstanten in unternehmerische Entscheidungen</li><li>– Erkennen und Nutzen günstiger Zeitpunkte zum Markteintritt- und -ausstieg</li><li>– Finanz- und Rechnungswesen im Unternehmen (Budgetierung, Finanzplanung, Kennzahlen)</li><li>– Methoden der effizienten, konstruktiven, kommunikativen Zusammenarbeit im Team</li></ul>		
<b>Projektskizze zur Bachelorarbeit</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein)</li><li>– Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit</li></ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen I (STG) (W3BW\_HD722)

### Key Qualifications I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen I (STG)	W3BW_HD722	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	60,0	90,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Basisqualifikation Fachsprache</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschäftsbriefe (Anfragebriefe, Bestellungen, Beschwerdebriefe etc.)</li> <li>- Reports und Proposals</li> <li>- Kundentelefonate</li> <li>- Analyse von Case Studies</li> <li>- Präsentation des eigenen Unternehmens</li> <li>- Analyse und Diskussion aktueller Wirtschaftsthemen, z.B. basierend auf Artikeln</li> <li>- Fachvokabular aus der jeweiligen Studienrichtung</li> <li>- Tense review</li> </ul>		
<b>Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Wissenschaft, Zielspektrum wissenschaftlichen Arbeitens, Wissenschaftliche Methoden der Humanwissenschaften</li> <li>– Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten (u.a. Objektivität, Ehrlichkeit/Redlichkeit, Überprüfbarkeit, Reliabilität, Validität, logische Argumentation, Nachvollziehbarkeit)</li> <li>– Grundlegender Bearbeitungsprozess eines Themas (Ausgangssituation: Problem-/Fragestellung, Analyse/Präzisierung, Lösungen suchen und finden, Umsetzung, Ergebnisse aufbereiten)</li> <li>– Bearbeitungsphasen einer wissenschaftlichen Arbeit (Themenwahl/Zielsetzung, Themenabgrenzung/-präzisierung, Zielsetzung der Arbeit und Ableitung der Forschungsfrage)</li> <li>– Wissenschaftliches Exposé</li> <li>– Projektplanung (Kommunikation mit den Betreuenden, Zeit-/Ressourcenplanung, Zeitmanagement, Arbeitshilfen)</li> <li>– Einarbeitungsphase (Literaturstudium, -auswahl, -recherche), Haupt- und Erstellungsphase (Gestaltung einleitender Kapitel, Gliederungsalternativen, Schlusskapitel), Überarbeitungsphase</li> <li>– Formale Gestaltung (Deckblatt/Titelblatt (gegebenenfalls inklusive Sperrvermerk), Verzeichnisse, Ausführungsteil, Anhang, Literaturverzeichnis, Ehrenwörtliche Erklärung), Gestaltungselemente</li> <li>Zitation (u.a. Arten von Zitate, Zitierregeln, Plagiate), Literaturgattungen, Literaturverzeichnis und Quellenangaben</li> </ul>		
<b>Präsentations- und Kommunikationskompetenz</b>	<b>20,0</b>	<b>30,0</b>
<p><b>Präsentationskompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Einsatzbereiche und Zielsetzungen einer Präsentation</li> <li>– Inhaltliche Gliederung einer Präsentation/Präsentationsdramaturgie</li> <li>– Medieneinsatz und Visualisierungstechniken (z.B. Textbilder, Grafiken und Symbole)</li> <li>– Präsentationstechniken</li> <li>– Stimmarbeit und Rhetorik</li> <li>– Nonverbale Kommunikation: Körpersprache, Mimik und Gestik</li> <li>– Umgang mit Lampenfieber</li> <li>– Nachbereitung der Präsentation</li> <li>– Spezifika von wissenschaftlichen Präsentationen</li> <li>– Übungen mit Bezug zur jeweiligen Studienrichtung</li> </ul> <p><b>Kommunikationskompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kommunikationspsychologische Forschung und Kommunikationstheorien</li> <li>– Kommunikation und Interaktion</li> <li>– Rhetorik</li> <li>– Vermittlung kommunikativer und rhetorischer Fähigkeiten</li> <li>– Verhandlungstechniken</li> <li>– Aktives Zuhören</li> <li>– Fragetechnik</li> <li>– Kommunikationsstörungen</li> <li>– Übungen vor dem Hintergrund aktueller Themen der jeweiligen Studienrichtung mit anschließender Diskussion</li> </ul>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

<b>Besonderheiten</b>
keine

<b>Voraussetzungen</b>
keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Renner, H.-G. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg:Verlag Windmühle
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stichel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen



## Schlüsselqualifikationen II (STG) (W3BW\_HD723)

### Key Qualifications II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen II (STG)	W3BW_HD723	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	55,0	95,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren,</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Angewandtes Projektmanagement</b>	<b>27,0</b>	<b>47,0</b>
Inhalt noch in Erarbeitung		
<b>Berufs- und arbeitspädagogische Fertigkeiten in der beruflichen Ausbildung</b>	<b>28,0</b>	<b>48,0</b>
Inhalt noch in Erarbeitung		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

-

### Voraussetzungen

keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Opper, K.: Business Knigge International. Freiburg:Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Schlüsselqualifikationen III (STG) (W3BW\_HD724)

### Key Qualifications III

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Schlüsselqualifikationen III (STG)	W3BW_HD724	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
150,0	50,0	100,0	5

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,</li> <li>• Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,</li> <li>• geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.</li> </ul>
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> <li>• offen kommunizieren</li> <li>• eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,</li> <li>• autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,</li> <li>• die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,</li> <li>• Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen.</li> <li>• erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat.</li> <li>• Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.</li> </ul>
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können sich schnell in neuen Situationen zurechtfinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren.</li> <li>• überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft.</li> <li>• zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen.</li> <li>• lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.</li> </ul>

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Funktionsspezifische Unternehmenssimulation (3. Studienjahr)</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<p>In Kontext der Funktionsspezifischen Unternehmenssimulation werden insbesondere auf unternehmerische Funktionen oder Marketinginstrumente bezogene Simulationen in Form von Brettplanspielen oder computergestützten Planspielen durchgeführt. Gegenstand von branchenspezifischen Simulation können zum Beispiel Simulationen zu nachfolgend exemplarisch genannten Themenschwerpunkten sein:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Banking/Finanzmanagement</li><li>– Logistik</li><li>– Marketing</li><li>– Markenmanagement</li><li>– Vertrieb</li><li>– Versicherungen</li></ul>		
<b>Projektskizze zur Bachelorarbeit</b>	<b>25,0</b>	<b>50,0</b>
<p>– Selbstständige Planung eines Forschungsprozesses und Erarbeitung eines Forschungsdesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema (dieses muss nicht das spätere Thema der Bachelorarbeit sein)</p> <p>– Themenwahl/-eingrenzung, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung einer Untersuchungsmethode, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit</p>		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
-

Voraussetzungen
keine

## Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger, T.: Führungskräfte-Training mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg: igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stöckel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

## Praxismodul I (W3BW\_HD801)

### Practical Module I

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Praxismodul I	W3BW_HD801	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
1. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Projekt

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
600,0	,0	600,0	20

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über einen Überblick zu ihrem Ausbildungsbetrieb hinsichtlich aller wichtigen betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und sozialen Gegebenheiten. Sie verstehen den Unternehmenszweck und haben einen Überblick über das relevante Marktumfeld. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen unter Anleitung in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls, unter Anleitung für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auswählen und anwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden nach anleitender Diskussion einschätzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie weitestgehend die Verantwortung.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind unter Anleitung in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Praxismodul I - Projektarbeit I</b>	,0	600,0
<p>Warenwirtschaft                      Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation: Einordnung der Warenwirtschaft in das Gesamtunternehmen – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche</li> <li>• Disposition: Ermittlung von Bedarfsmengen und Bestellzeitpunkten – Bestandsüberwachung – Terminsicherung – Engpassbeseitigung</li> <li>• Beschaffung: Beschaffungsmarktforschung – Kriterien und Ablauf der Lieferantenauswahl – Phasen des Einkaufsvorgangs am praktischen Beispiel (Angebotseinholung, Vorauswahl, Verhandlungsführung, Abschluss, Lieferantenbetreuung)</li> <li>• Lagerhaltung: Transportmittelplanung – Steuerung und Überwachung des Wareneingangs – Lagersysteme und Lagertechnik – Kommissionierung</li> </ul> <p>Marketing und Vertrieb                      Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation: Einordnung von Marketing und Vertrieb in das Gesamtunternehmen – Zusammenwirken der einzelnen Bereiche</li> <li>• Sortiments- und Marktwissen: Sortiment – Warenbereiche – Warengruppen – Warenarten – Artikel – Sorten des eigenen Unternehmens – Überblick über wichtige Konkurrenzunternehmen und deren Sortimente – Kundensegmentierung</li> <li>• Marketingplanung: Prozess der Marketingplanung – Vorgehensweise bei der Marktforschung (Datenquellen, -erhebung, -analyse)</li> <li>• Marketing-Mix: Sortimentsgestaltung – Preisbildung, Rabatt- und Konditionenpolitik – Verkaufsraumgestaltung und Warenpräsentation – Distribution – Kommunikation – Planung, Realisation und Kontrolle von Marketingmaßnahmen</li> <li>• Verkauf: Organisation des Verkaufs – Verkaufsanbahnung – Verkaufsabwicklung – Betreuung von Kunden</li> </ul>		
<b>Praxismodul I - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls</b>	,0	,0
-		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
<p>Anfertigung der Projektarbeit I.</p> <p>Die Inhalte des Praxismoduls I orientieren sich an den jeweiligen studienrichtungsspezifischen theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte zeitlich und inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.</p>

Voraussetzungen
keine

## Literatur

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer</li> <li>- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten, Heidelberg: Physica</li> <li>- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius &amp; Lucius</li> <li>- Schnell, R./Hill, P. B./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München: Oldenbourg</li> <li>- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft, München: Vahlen</li> <li>- Stickle-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler</li> <li>- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München: Vahlen</li> <li>- ggf. Zitierrichtlinien der Studiengangsleitung</li> </ul>
--

## Praxismodul II (W3BW\_HD802)

### Practical Module II

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Praxismodul II	W3BW_HD802	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
2. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Projekt

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja
Präsentation	30	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
600,0	,0	600,0	20

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über vertiefte Einblicke in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

## Lerneinheiten und Inhalte

Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Praxismodul II - Projektarbeit II</b>	,0	600,0
<p>Inhalte: Internes und externes Rechnungswesen</p> <p>Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einordnung des Finanz- und Rechnungswesens in die Organisation des Gesamtunternehmens, Zusammenwirken der einzelnen Bereiche</li> <li>• Finanzbuchhaltung: Inventur, Anlagenbuchhaltung, Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung (einschließlich Zahlungsverkehr und Kontierung sowie Mahn- und Klagewesen)</li> <li>• Kosten- und Leistungsrechnung: Planungsrechnung (kostenstellen- / kostenträgerbezogen) und Überwachung, Betriebsabrechnung und innerbetriebliche Leistungsverrechnung, Kalkulation</li> <li>• Investition und Finanzierung: Unternehmensspezifische Ausprägungen der Investitionsrechnung, Wirtschaftlichkeitsrechnung, Finanzierungsarbeiten und deren Prämissen</li> <li>• Bilanzierung: Jahresabschluss, bilanzielle Rechtsgrundlagen, Ausweis-, Ansatz- und Bewertungsvorschriften</li> </ul> <p>Inhalt: Personalwirtschaft und Organisation</p> <p>Aus den nachfolgend benannten Lerninhalten des praktischen Ausbildungsplans sind exemplarische Sachverhalte auszuwählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einordnung des Personalbereiches in das Gesamtunternehmen, Zusammenwirken der einzelnen Bereiche</li> <li>• Personalplanung und -beschaffung: Personalbedarfsplanung, Personalmarketing, Maßnahmen der Personalbeschaffung, Personalauswahl</li> <li>• Personalbetreuung und -entwicklung: Einstellung, Versetzung und Ausscheiden von Mitarbeitern, Betreuungsgespräche, Beurteilungen, Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen, Lohn- und Gehaltsabrechnung</li> <li>• Arbeitsrecht und Arbeitsschutz: Arbeits- und sozialrechtliche Grundkenntnisse, Betriebsverfassungsgesetz, Arbeitsordnung, Betriebsvereinbarung, Mitwirkungsrechte des Betriebsrats, Unfallverhütung und Umweltschutz, Gesundheitsmanagement</li> <li>• Personalverwaltung und -politik: Vergütungssysteme, Führungssysteme, Flexibilisierung, Arbeitszeitmodelle</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Organisation: Eigene Organisationsstruktur, Abgrenzung zu anderen Strukturen, Instrumente der Aufbauorganisation, Stellenplanung, Stellenbewertung, Instrumente der Ablauforganisation</li> </ul>		
<b>Praxismodul II - Präsentation</b>	,0	,0
Präsentation der Projektarbeit gemäß Vorgaben der StuPrO		
<b>Praxismodul II - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls</b>	,0	,0
-		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

Besonderheiten
<p>Anfertigung der Projektarbeit II und Präsentation der Projektarbeit II.</p> <p>Die Inhalte des Praxismoduls II orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte zeitlich und inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.</p>
Voraussetzungen
-

## Literatur

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer</li> <li>- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica</li> <li>- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius &amp; Lucius</li> <li>- Schnell, R. / Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg</li> <li>- Schwaiger, M. / Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen</li> <li>- Stickle-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler</li> <li>- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen</li> </ul>
--

## Praxismodul III (W3BW\_HD803)

### Practical Module III

Formale Angaben zum Modul			
Modulbezeichnung	Modulnummer	Sprache	Modulverantwortung
Praxismodul III	W3BW_HD803	Deutsch/Englisch	Prof. Dr. Joachim Weber

Verortung des Moduls im Studienverlauf	
Studienjahr	Moduldauer in Semester
3. Studienjahr	2

Eingesetzte Lehr- und Prüfungsformen
Projekt

Prüfungsleistung	Prüfungsumfang (in Minuten)	Benotung
Mündliche Prüfung	20	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Prüfungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

Workload und ECTS-Leistungspunkte			
Workload insgesamt (in h)	davon Präsenzzeit (in h)	davon Selbststudium (in h)	ECTS-Leistungspunkte
240,0	,0	240,0	8

Qualifikationsziele und Kompetenzen	
<b>Fachkompetenz</b>	Die Studierenden verfügen über tiefgehende und umfassende Erkenntnisse in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen, insbesondere auch im Themenbereich der belegten Wahlmodule. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte effiziente und effektive Lösungsvorschläge zu entwickeln.
<b>Methodenkompetenz</b>	Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.
<b>Personale und Soziale Kompetenz</b>	Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.
<b>Übergreifende Handlungskompetenz</b>	Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

Lerneinheiten und Inhalte		
Lehr- und Lerneinheiten	Präsenzzeit	Selbststudium
<b>Praxismodul III - Mündliche Prüfung</b>	,0	240,0
Mündliche Prüfung gemäß der Vorgaben der StuPrO.		
<b>Praxismodul III - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls</b>	,0	,0
-		

## Besonderheiten und Voraussetzungen

### Besonderheiten

Mündliche Prüfung.

Die Inhalte des Praxismoduls III orientieren sich an den theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den betrieblichen Ausbildungsplan. Der betriebliche Ausbildungsplan sollte zeitlich und inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Ausbildungsunternehmens angepasst werden. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenplans abgewichen werden.

Im Praxismodul III erfolgt auch die Anfertigung der Bachelorarbeit.

### Voraussetzungen

-

### Literatur

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica-
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius-
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg-
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen-
- Sticker-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler-
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen